



PEnD-Aura+

Des solutions de mobilité
pour tous et tous les territoires

MARS 2019 > JUIN 2022



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Énergie - Environnement



Les certificats
**D'ÉCONOMIES
D'ÉNERGIE**


1

À propos du programme PEnD-Aura+

PAGE 3

2

Présentation des résultats

PAGE 4

3

Évaluation des consommations
d'énergie et de GES évitées

PAGE 6

4

Réalisation de 32 actions exemplaires :
présentation des résultats par partenaire

PAGE 10

5

Écomobilité vs mobilité inclusive ?

PAGE 49

6

Mettre en place des actions d'écomobilité inclusive :
facteurs de succès, points de vigilance, préconisations
et principaux enseignements issus de PEnD-Aura+

PAGE 52

7

Qualification des actions :
vers des fiches standards d'écomobilité inclusive ?

PAGE 59



1 À propos du programme PEnD-Aura+

une mobilité pour tous et tous les territoires

Le programme PRO-INNO 25 “PEnD-Aura+”, lauréat de l'appel à programmes financés par les CEE, lancé par le ministère de la Transition écologique en 2018, visait à apporter une réponse en termes d'information, de formation et d'innovation favorisant les économies d'énergie, aux enjeux de mobilité des territoires d'Auvergne-Rhône-Alpes et de leur population.

Étaient ciblés des territoires situés en zones périphériques des aires urbaines, en zones rurales, de montagne, peu denses, et des populations démunies de solutions de mobilité adaptées à leurs besoins du quotidien : publics en insertion, en situation de précarité, en recherche d'emploi, personnes âgées, jeunes, publics sans voitures individuelles.

PEnD-Aura+ s'est appuyé sur les résultats du Programme précédent (PEnD-Aura) pour mettre en œuvre des actions répondant à une exigence de performance accrue, grâce à une charte qualité commune aux actions menées par chaque partenaire. Cette charte, en assurant l'articulation des différentes actions, ainsi que la cohérence et l'efficacité du Programme, a permis un changement d'échelle avec le développement de 32 actions portées par 18 partenaires sur 15 sites pour plus de 600 000 habitants, soit environ 8 % de la population totale d'Auvergne-Rhône-Alpes.

La mise en œuvre de ces actions s'est accompagnée d'une capitalisation des retours d'expériences, objet de ce rapport.

PEnD-Aura+ a ainsi permis :

- ♦ De mesurer les besoins de rapprochement entre écomobilité (ou mobilité durable) et mobilité inclusive – notions complémentaires mais jusqu'à présent fréquemment appréhendées de manière parallèle dans les territoires – pour aller **vers une écomobilité inclusive** (EMI).

- ♦ D'identifier les facteurs de succès d'une mise en place d'actions d'écomobilité inclusive pour en tirer des préconisations, des points de vigilance ou l'identification des difficultés majeures, capitalisés au sein de **53 points pour agir en matière d'écomobilité inclusive**.

En outre, des fiches descriptives par nature d'action ont été rédigées, rappelant les opérations standards de CEE qui existent par ailleurs pour d'autres thématiques telles que le bâtiment ou l'agriculture.

18 PARTENAIRES DE 15 TERRITOIRES EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

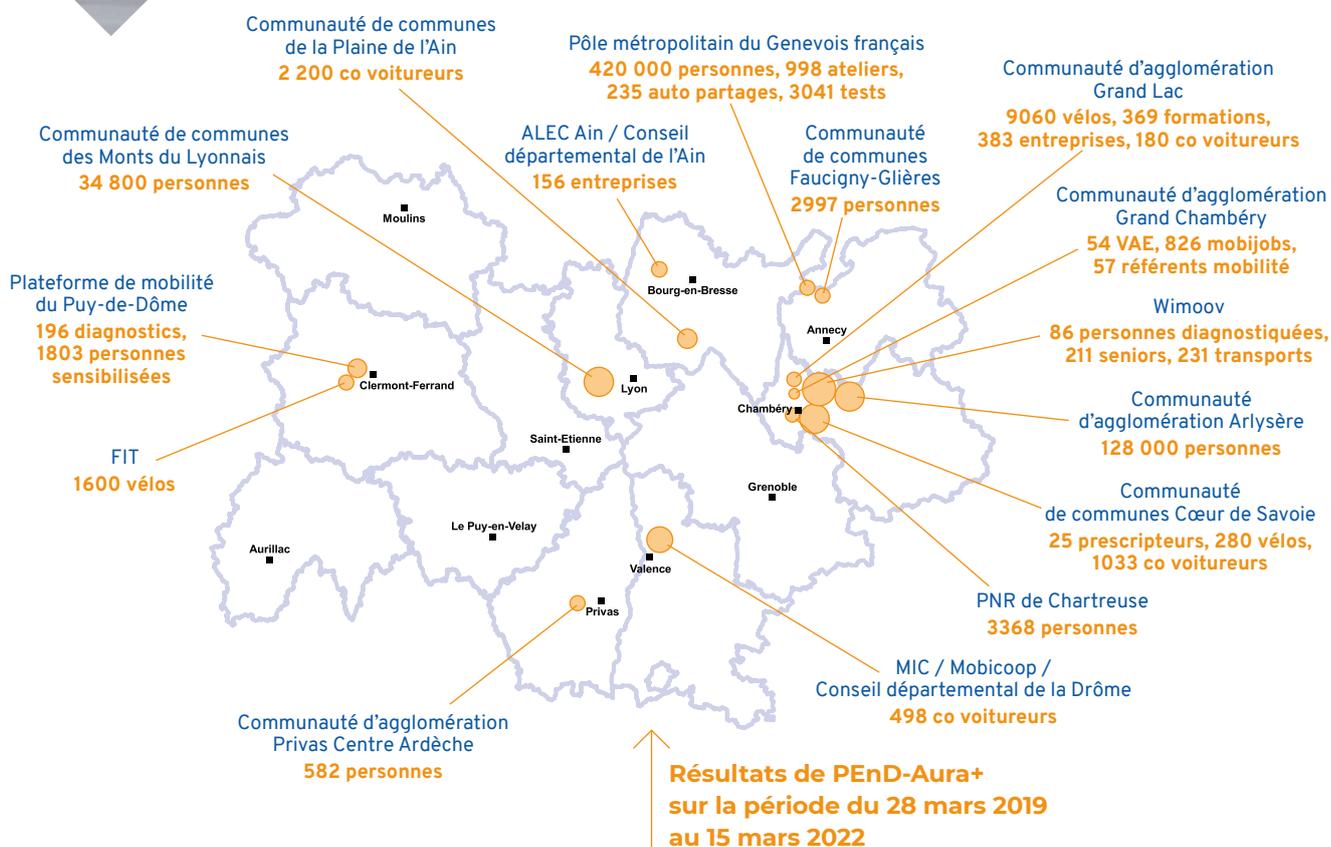
Agence locale de l'énergie et du climat de l'Ain
Conseil départemental de l'Ain
Communauté d'agglomération Privas Centre Ardèche, en partenariat avec l'Agence locale de l'énergie d'Ardèche (Alec07)
Communauté d'agglomération Arlysère
Communauté de communes Cœur de Savoie
Communauté de communes Faucigny-Glières
Communauté de communes des Monts du Lyonnais
Communauté de communes de la Plaine de l'Ain

MIC Mobility
Conseil départemental de la Drôme
Mobicoop
Formation insertion travail (FIT), soutenue par le Syndicat mixte transport clermontois (SMTC)
Communauté d'agglomération Grand Chambéry
Wimoov
Parc naturel régional de Chartreuse
Plateforme de mobilité du Puy-de-Dôme (PFM 63)
Pôle métropolitain Genevois français
Communauté d'agglomération Grand Lac



2 Présentation des résultats

Les 18 partenaires du Programme PEnD-Aura+ ont déployé des actions relevant de la communication et de l'accompagnement au changement de comportement, ou encore d'offres en matière de vélos ou de véhicules partagés : TAD, covoiturage ou autopartage, souvent à des tarifs solidaires. Plus de 600 000 personnes ont bénéficié du Programme PEnD-Aura+ en Auvergne-Rhône-Alpes.



PEnD-Aura+ EN QUELQUES CHIFFRES

- 700** entreprises accompagnées
- 4 500** personnes s'étant vues proposer une solution de covoiturage ou d'autopartage
- 10 000** personnes, une solution-vélo
- 10 000** personnes formées ou accompagnées
- 600 000** personnes ciblées par les actions d'informations et de communication

+ OBJECTIFS PAR CATÉGORIE D' ACTIONS ET PAR PARTENAIRES

Nom du partenaire	Nom des actions	Objectif prévisionnel final	Objectif total atteint (du 28/03/2019 au 30/11/2021)
Entreprises			
ALEC Ain, Conseil départemental de l'Ain, Plateforme de mobilité du Puy-de-Dôme, CA Grand Lac	Animation itinérante dans les entreprises pour favoriser le covoiturage	380 entreprises	735 entreprises
	Créer un diagnostic Mobilité Éco-responsable pour les entreprises		
	Accompagnement des petites et moyennes entreprises à la mise en place de plan de mobilité		
Communication, information			
CA Privas Centre Ardèche, CA Arlysère, CC Faucigny-Glières, CC Monts du Lyonnais, PNR de Chartreuse, Pôle métropolitain du Genevois français	Actions innovantes de sensibilisation et mise en œuvre	490 400 personnes	589 747 personnes
	Actions de communication et accompagnement au changement en faveur de l'écomobilité		
	Mise en place d'un lieu ressources de la mobilité		
Accompagnements, ateliers, formations			
CA Arlysère, CC Cœur de Savoie, Grand Chambery, Wimoov, Plateforme de mobilité du Puy-de-Dôme, CA Grand Lac, Pôle métropolitain du Genevois français, CA Grand Lac, CC Monts du Lyonnais	Accompagnement structures de mobilité solidaire	4 726 personnes	10 119 personnes
	Formation des prescripteurs		
	Mobijob : accompagnement, formation, sensibilisation		
	Formation de référents mobilité		
	Diagnostics de mobilité et accompagnement vers une mobilité adaptée et durable		
	Expérimentation d'actions		
Atelier de formation / sensibilisation à l'utilisation d'alternatives à la voiture individuelle			
Vélo			
CC Cœur de Savoie, FIT, CA Grand Chambery, CA Grand Lac	Développement de l'usage du vélo à assistance électrique	1 490 personnes	10 994 personnes
	Mise en place et développement de vélo écoles		
Covoiturage / autopartage			
CC Cœur de Savoie, CC de la Plaine de l'Ain, MIC, Conseil départemental de la Drôme, MOBICOOP, Wimoov, CA Grand Lac, Pôle métropolitain du Genevois français	Développement et promotion du covoiturage solidaire	4 780 personnes	4 377 personnes
	Développement de l'autopartage		

3

Évaluation des consommations d'énergie et de GES évitées

Depuis 2019, les actions engagées dans le cadre de PEnD-Aura+ ont été évaluées afin de dresser un bilan des quantités d'énergies consommées et des émissions de gaz à effet de serre (GES) évitées. L'ensemble de ces calculs a conduit AURA-EE à proposer une estimation de taux de conversion (ou taux effectif de changement de comportement, au-delà des personnes touchées en première approche) utilisable pour une typologie d'actions envisageables par ailleurs. Cet exercice a été fait à partir d'un important travail bibliographique et de la compilation des observations et des résultats obtenus par les partenaires eux-mêmes. Il a en effet été demandé aux partenaires de procéder, au cours des différentes étapes du reporting, à une estimation des quantités d'énergie consommées et des émissions de GES évitées correspondant à leurs actions, à partir d'une méthode élaborée et fournie par AURA-EE.

+ SYNTHÈSE BIBLIOGRAPHIQUE

AURA-EE a mandaté le bureau d'études CITEC pour réaliser un travail bibliographique de comparaison des méthodes existantes permettant d'évaluer les consommations d'énergie et émissions de GES correspondantes en matière de mobilité. La synthèse bibliographique ci-après est directement extraite des conclusions de ce travail, par ailleurs disponible dans sa version complète sur simple demande.

La compilation des études bibliographiques en matière d'évaluation des actions de communication sur la mobilité permet ainsi de tirer les conclusions suivantes :

◆ L'information a une incidence sur le choix

Plusieurs recherches ont montré que l'information du public et l'état des connaissances sur un système de transport influencent fortement le choix d'un mode de transport. Voir par exemple : Brög et al., 2002 ; Tertoolen, 1998.

◆ L'information doit être ciblée

Toutefois, l'information grand public ne semble pas avoir l'impact escompté sur les comportements. Des chercheurs ont en effet établi que les effets des campagnes d'information sur la réduction de l'usage de la voiture sont limités. Voir par exemple : Tertoolen, 1998.

Cette information générale n'atteint pas facilement les groupes ciblés car généralement l'utilisateur ne vient pas chercher l'information, il attend qu'elle lui parvienne. Voir par exemple : Brög et al., 2002.

◆ Communiquer sur l'offre existante

De fait, les usagers n'ont pas toujours connaissance des alternatives qui s'offrent à eux ou en retiennent une information erronée. Voir par exemple : Rocci, 2007.

Il y a donc un enjeu à faire connaître et apprécier l'offre existante, en d'autres termes, à rompre avec les habitudes et accompagner le changement de comportement.

◆ Adapter le service et les actions aux usages et spécificités du territoire

Il s'agit de considérer l'importance des usages et usagers plutôt que l'offre de transport et la technique. L'analyse de la demande et la diffusion de l'information de manière ciblée, mais aussi l'incitation à l'expérimentation de solutions alternatives, sont des leviers fondamentaux pour encourager la baisse de l'usage individuel de la voiture (Rocci, 2007). Ces leviers sont au fondement des dispositifs d'accompagnement du changement pour encourager le passage à l'acte.

◆ Accompagner au plus près

Plus généralement appelés dans la littérature scientifique “programmes de changement de comportement volontaire” ou encore “marketing individualisé”, ces outils de management de la mobilité, basés sur le changement volontaire, ont émergé dans les années 1990, initiés par W. Brög et son bureau munichoïse SocialData, sous l’insigne IndiMark.

Ces démarches sont particulièrement développées à l’international, et plus particulièrement en Australie et en Angleterre. Elles commencent aujourd’hui à être éprouvées en France.

◆ Cibler des candidats et des territoires aptes au changement

Tous ces programmes ciblent des personnes et des contextes qui présentent un potentiel de changement : contexte où des alternatives existent ainsi que des personnes (ou groupes) disposées à essayer de changer certaines pratiques.

En outre, ces programmes peuvent compléter des mesures coercitives ou par exemple promouvoir une nouvelle offre de mobilité sur un territoire (e.g. nouvelle ligne de tram), ou d’une offre existante sous-utilisée (e.g. TER).

+ MÉTHODOLOGIE D'ÉVALUATION DES CONSOMMATIONS D'ÉNERGIE ET ÉMISSIONS DE GES

L’estimation des économies d’énergie (et des réductions correspondantes d’émissions de gaz à effet de serre) liées aux actions de communication est particulièrement compliquée, compte tenu de la grande difficulté à déterminer les impacts réels des actions, en l’absence la plupart du temps d’un retour objectif des personnes ciblées sur leur changement effectif de comportement.

Le principe général consiste à comparer une situation avant / après action, en prenant en compte :

- les modes de transport,
- les distances parcourues.

L’unité de base est la personne.km (un km parcouru par une personne).

On calcule ainsi les distances parcourues par les personnes pendant la période considérée (à ce stade toute la durée du programme), en appliquant la formule suivante, appliquée à la situation avant l’action et à celle après l’action :

Nombre de personnes touchées par l’action x taux effectif de changement de comportement x distance quotidienne x nombre de jours

Ces valeurs sont ensuite multipliées par une valeur unitaire¹ pour chaque type de transport :

- kWh/personne.km pour les économies d’énergie,
- kg_{eq}CO₂/personne.km pour les économies d’émission de gaz à effet de serre.

La différence entre les valeurs avant et après l’action donne la valeur totale de l’économie.

À partir des travaux bibliographiques (voir plus bas) et des résultats effectifs observés et réunis auprès des différents partenaires, AURA-EE a construit et proposé des taux de conversion (part de baisse en point de % de la part modale de la voiture particulière (conducteur) vers d’autres modes) à prendre en compte pour l’estimation de l’impact de chaque action du projet. Ce sont ces taux qui ont été retenus et utilisés dans les calculs finaux de l’ensemble des consommations d’énergie et émissions évitées de GES pour l’ensemble des actions de tous les partenaires.

Des taux moyens sont également proposés par grandes familles d’actions dans l’optique d’une utilisation dans d’autres projets ailleurs en France.

1 – Les valeurs unitaires retenues pour chaque mode de transport sont celles qui sont utilisées dans le cadre des Certificats d’Economie d’Energie pour l’énergie, auxquelles sont appliqués les coefficients unitaires d’émission des différentes sources d’énergie utilisées pour les GES.

+ DONNÉES PRISES EN COMPTE

◆ Nombre de personnes

Il s'agit du nombre de personnes totales impactées par l'action. Les moins de 15 ans (données disponibles par tranche d'âges dans le recensement INSEE) n'ont pas été comptés.

Selon les caractéristiques de l'action, cette valeur a été réduite au nombre d'actifs (si elle ne concerne que les déplacements domicile-travail), dans l'idée de mieux adapter la valeur aux cibles choisies.

Pour les actions en présentiel (ateliers par exemple), on retient le nombre de participants.

Pour les actions visant à former des acteurs (en particulier de l'action sociale), on retient l'hypothèse que chacun de ces acteurs informera ensuite 20 personnes qui changeront ensuite de comportement.

Pour les campagnes de communication, le nombre de personnes impactées est corrigé en fonction des modes de communication choisis. En effet, chaque vecteur de communication a un taux d'impact différent sur la population (flyer, guides, affiches, presse ne sont pas lus ou vus par le même nombre de personnes). Aux vues des résultats publiés et des observations issues de PEnD-Aura+, on peut donc estimer un taux d'impact pour chacune des actions de communication sur la population ciblée, avec les valeurs suivantes, qui peuvent être adaptées en fonction des actions :

Journal communal ou intercommunal :
65 % de personnes impactées

Flyers toutes boîtes (plusieurs distributions pendant le programme) : 65 %, au maximum les ¾ des flyers s'il y en a moins d'imprimés que de ménages

Guides mobilité : nombre de guides distribués

Affichage (mairies, centres sociaux...) :
2 à 10 % en fonction du nombre d'affiches

Presse écrite : 22 % (diffusion moyenne Dauphiné Libéré)

Radio : 1 à 5 % en fonction des radios et de la durée des campagnes

Télévision : 5 %

Réseaux sociaux (utilisation de données réelles d'audience, variable en fonction des moyens réellement mis en place) : entre 5 % et 42 %

Sites Web : 2 à 5 %

Cinéma : 20 % (constaté sur un cas), en fonction de la durée de la campagne

Affichage public : 10 %

Stands sur les marchés : 30 % (donnée sur la fréquentation des marchés en France)

Stands, expositions : en fonction du nombre de personnes touchées

Il est alors possible de calculer le nombre (N) de personnes n'ayant été impactées par aucune action en effectuant le calcul suivant, dans lequel τ_{action} est le taux d'impact de chaque action :

$$N = \prod_{actions} (1 - \tau_{action})$$

En faisant la différence avec le nombre de personnes de plus de 15 ans du territoire, on obtient le nombre de personnes impactées par l'action

◆ Durée

n a considéré, dans le cadre du programme, qu'une action (hors communication) pouvait entraîner un impact sur les jours ouvrés entre le moment de la réalisation de l'action et la fin du reporting du programme, soit le 30 novembre 2021.

Pour les actions de communication au contraire, on a considéré que la durée d'impact devait être plafonnée (valeur retenue : un semestre, soit 125 jours ouvrables).

◆ Comportement initial (répartition modale)

Dans le cas général, il s'agit du comportement moyen selon l'EMD si on dispose des valeurs (parts modales, distances moyennes par mode). Cependant, si l'action concerne spécifiquement un mode de déplacement initial, on utilisera celui-ci.

◆ Comportement final (estimation de la répartition modale à l'issue du projet)

Il s'agit d'une baisse de la part modale de la voiture au profit d'autres modes (voir chapitre taux de conversion par type d'action).

L'augmentation de la part modale des autres modes est déterminée en fonction de l'objectif de l'action (covoiturage, modes actifs, transports en commun...).

+ ÉCONOMIES D'ÉNERGIE ET ÉMISSIONS DE GES ÉVITÉES : RÉSULTATS POUR PEND-AURA+

Les partenaires mettant en place des actions de communication massives impactent de grands nombres de personnes. Ces actions représentent donc la majorité des économies d'énergie et des émissions de GES. Cependant, ces partenaires, comme tous les autres, déploient également des actions sur le terrain qui, de par leur succès ou le nombre de personnes transportées, se traduisent en économies d'énergies significatives.

Au final, PEnD-Aura+ se sera traduit par 4 403 MWh d'économies d'énergie, soit 170 tours de la Terre en voiture économisés. Ce qui correspond à 1 120 tonnes d'équivalent CO₂ économisés.

+ HYPOTHÈSES RETENUES POUR L'ESTIMATION DES ÉCONOMIES D'ÉNERGIE ET DE GES

Dans le cas où sont connues les données réelles (par exemple le nombre de kilomètres covoiturés), ce sont ces valeurs qui sont utilisées.

Sinon, on utilise un taux estimé sur la base de l'étude CITEC. La méthodologie CITEC considère le taux de changement, en points de pourcentage, de la part modale de la voiture au profit d'autres modes.

La durée d'impact des différentes actions court de la date de réalisation jusqu'à la fin du projet (30 novembre 2021, à l'exception des actions de communication générale qui portent leurs effets sur un semestre au maximum.

Action	Données CITEC	Valeur retenue AURA-EE	Commentaire
Ateliers mobilité	2 à 10 %	2 à 10 %	Dépend des caractéristiques des territoires et de la disponibilité de modes alternatifs
Ateliers vélo	3 à 5 %	4 %	
Communication	1 à 4 %	1 à 2 %	Il s'agit de communication générale, le taux de 1 % est utilisé si les cibles sont plus restreintes
Covoiturage	2 à 6 %	1 à 2,2 %	2 % en général, 2,2 % pour l'ALEC 01 (moyenne de plusieurs niveaux d'intervention), 1 % pour de simples actions de communication
Diagnostic mobilité	5 à 10 %	8 %	Diagnostics personnalisés
Formation d'acteurs	-	2 % et 20 personnes touchées par acteur formé	Estimation AURA-EE du nombre de personnes touchées par un acteur formé
Vélo-école	1 à 10 %	3 à 10 %	En général 4 %
Location VAE	2 à 10 %	Jours de location réels	Avec taux d'utilisation de 50%

4

Zoom sur 32 réalisations exemplaires menées par les partenaires du programme

Les actions menées par les 18 partenaires de PEnD-Aura+ sont remarquables de par leur diversité et le dynamisme des territoires dont elles témoignent. Offres en matière de vélo, transport à la demande, covoiturage et autopartage, mais également accompagnements (individuels ou collectifs) des personnes, formations et supports de communication, dans des formes parfois inédites, sont autant de réponses concrètes qui ont été travaillées sur le terrain. Présentées ci-après, ces actions et les retours d'expériences qui en sont faits, constituent une ressource inspirante et éclairante pour les acteurs de territoires.



© Communauté de communes de la Plaine de l'Ain



CONTEXTE

Dans un département à dominante rurale et péri-urbaine, dont les bassins d'emplois industriels sont éloignés des centres urbains, la voiture est souvent le seul moyen de transport possible pour se rendre au travail. Tout le territoire est donc organisé autour de ce moyen de transport qui, de fait, exclue toute personne qui ne pourrait y accéder que ce soit pour des raisons physiques ou économiques. Cela a également des conséquences sur l'environnement puisque les déplacements représentent le premier poste de pollution du département.

LES ACTIONS MENÉES

ACTIONS DE SENSIBILISATION

Des salariés ont été invités à changer leurs habitudes de déplacement domicile-travail par une sensibilisation collective relayée par leur entreprise. L'objectif initial étant de les sensibiliser surtout au covoiturage et de générer ainsi des possibilités de déplacements sobres pour les personnes éloignées de la mobilité.

La méthode de sensibilisation élaborée lors de ce projet vise à sensibiliser des salariés qui ne rencontrent pas de difficultés à se déplacer en voiture et qui, de ce fait, ne sont pas encore en recherche active de solutions alternatives. Elle s'appuie sur la théorie du changement de comportement des individus.

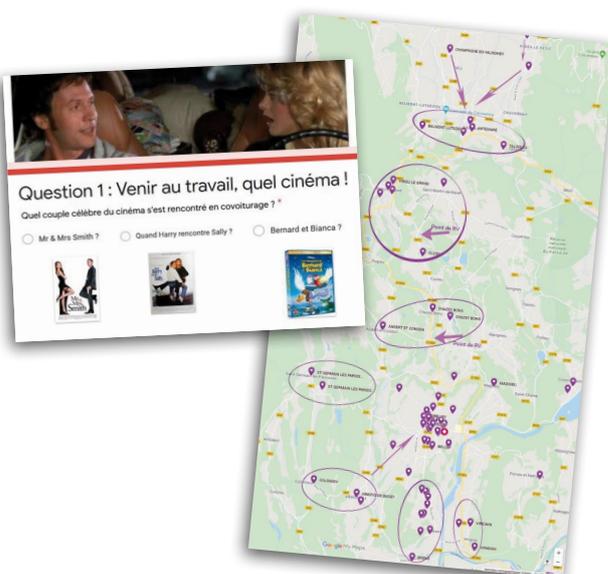
Phase 1 → S'appuyer sur les "influenceurs" en entreprise

La première action consiste à identifier, à rencontrer et à convaincre les personnes qui vont prendre en charge l'animation du dispositif auprès des salariés. Ce sont les responsables ressources humaines, hygiène sécurité environnement (HSE) ou encore les délégués du personnel qui sont les plus naturellement prêts à jouer ce rôle.

Phase 2 → Préparation au changement par le jeu

Ces "influenceurs" vont ensuite proposer à leurs collaborateurs de participer à un "Quizz des mobilités" réparti sur plusieurs jours. Ce jeu propose 8 questions très courtes (moins de deux minutes) qui abordent chacune un aspect différent de la mobilité : santé, finances, environnement...

Tout au long du quizz, des informations concrètes sur les modes de déplacement présents sur leur lieu de travail sont apportées aux salariés.





Phase 3 → Des animations pour déclencher le passage à l'action

À l'issue du quizz, certains salariés sont prêts à changer. C'est le moment de leur proposer des animations de terrain orientées vers l'essai de solutions alternatives :

- > des "cafés trajets - covoiturages" qui proposent de créer des équipages de covoiturage autour de l'affichage d'une carte grand format des lieux d'habitation des salariés, leur montrant qu'ils sont beaucoup moins isolés qu'ils ne le croient,
- > des "speed-dating" qui réunissent les volontaires au covoiturage dans une entreprise,
- > ou la participation au Challenge Mobilité, organisé par la Région Auvergne-Rhône-Alpes.

BILAN

Pas moins de 156 entreprises (pour un objectif de 150) ont été sensibilisées, malgré le contexte sanitaire défavorable. La double sensibilisation "quizz + animation" a prouvé sa pertinence par le taux élevé de passage à l'acte en fin de sensibilisation.

En tout, 8 608 salariés ont reçu une information de sensibilisation ciblée relayée en interne par leur entreprise.

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

◆ Avoir le temps de mobiliser les entreprises :

bien que chronophage, la réussite de l'action nécessite de rencontrer les futurs "influenceurs en entreprise" en rendez-vous individuels. C'est ensuite la qualité de leur implication qui fera la réussite de la sensibilisation. Cette phase a également nécessité l'acquisition de connaissances spécifiques des besoins des entreprises et des salariés en matière de mobilité.

◆ **Un quizz "sur mesure"** : l'élaboration des questions quizz a nécessité de réaliser un diagnostic mobilité pour chaque entreprise et a permis de proposer des solutions immédiatement applicables aux salariés.

◆ **La collaboration** pointue avec les acteurs de la mobilité du territoire, AOM, EPCI et acteurs de la solidarité a permis de démultiplier l'impact des actions.

ACTION INNOVANTE

Quizz des mobilités : un petit jeu pour de grands changements

Cette animation permet avant tout de toucher l'ensemble des salariés d'une entreprise puisque même les "non-participants" vont recevoir 8 informations en faveur des mobilités sobres. Elle amorce ainsi un processus de changement de comportement auprès des salariés quel que soit leur niveau de sensibilisation à ce sujet. Elle reste néanmoins une étape "préparatoire" et doit être complétée par une animation de terrain pour que les salariés puissent passer de l'intention à l'action en testant au moins une fois de venir au travail autrement qu'en "voiture-solo".



EN PARTENARIAT AVEC :

Agence locale de l'énergie
et du climat d'Ardèche
(Alec 07)

Association
Mobilité 07-26



Communauté d'agglomération

42 communes

43 642 habitants

Villes principales : Privas, Vernoux-en-Vivarais,
LesOllières-sur-Eyrieux, La Voulte-sur-Rhône

Territoire à énergie positive pour
la croissance verte (TEPOS-CV et TEPOS 2)

Plan climat air énergie territorial (PCAET)
approuvé en septembre 2021

CONTEXTE

Sur un territoire rural organisé autour de trois vallées et un plateau, la Communauté d'Agglomération Privas Centre Ardèche (CAPCA) entend sensibiliser les habitants à des modes de déplacement alternatifs à l'autosolisme.

LES ACTIONS MENÉES

ATELIERS INFO TRANSPORT

Vingt-trois ateliers info transport, pour présenter de manière interactive la palette des solutions de mobilités sur le territoire, ont rassemblé plus de 198 participants. Ils étaient animés par des agents de la CAPCA et de Mobilité 07-26.

ATELIERS DE SENSIBILISATION À L'ÉCOMOBILITÉ

Huit ateliers de sensibilisation à l'écomobilité ont permis de rappeler aux 74 participants les règles de sécurité pour la pratique du vélo, les inviter à (re)monter en selle et essayer un vélo à assistance électrique.

DIAGNOSTIC DE TERRITOIRE

Les représentants de 13 structures ont participé à la réunion de lancement d'un diagnostic partagé par un réseau d'acteurs souhaitant se mobiliser sur le sujet des mobilités auprès des personnes en situation de précarité. Ce travail de diagnostic est poursuivi tout au long du projet.

FORMATION DES ACTEURS SOCIAUX

Une soixantaine d'acteurs du secteur social ont été contactés pour suivre des sessions de formation sur les écomobilités afin qu'eux-mêmes puissent, à leur tour, informer et accompagner les publics vers le passage à des mobilités alternatives. À ce jour, 5 sessions ont eu lieu et ont permis de sensibiliser 36 partenaires.

CAMPAGNE DE COMMUNICATION GRAND PUBLIC

La CAPCA, l'Alec 07 et Mobilité 07-26 ont communiqué sur l'écomobilité via les réseaux sociaux, des affiches, des mails et la presse. De nouveaux outils ont été créés grâce au programme : un escape game pour entrer dans la thématique de façon ludique, une plaquette pour vulgariser le transport à la demande, un guide recensant l'ensemble des offres de mobilité présentes sur le territoire de la CAPCA, et une vidéo des offres de mobilités alternatives à la voiture solo. Ces deux derniers outils ont été conçus à destination des habitants, mais aussi et surtout, des prescripteurs. Ils leur permettent de communiquer des contacts et des liens utiles, une information complète et synthétique sur les offres de mobilités mises au service des habitants.

ACHAT DE VÉLOS À ASSISTANCE ÉLECTRIQUE

La CAPCA a acheté quatre VAE en mai 2020, utilisés dans le cadre des ateliers de remise en selle ou mis à disposition des agents de la collectivité pour leurs déplacements professionnels.

Autostop dans la vallée de l'Eyrieux

La CAPCA a mené une opération expérimentale consistant à organiser, avec les acteurs de la jeunesse, deux autres intercommunalités et le Département de l'Ardèche, un système d'autostop dans la vallée de l'Eyrieux. Le but est d'en faciliter la pratique le long d'une vallée. Les partenaires ont ainsi travaillé sur l'identification de points d'arrêt sécurisés et la distribution d'un kit d'outils pour faciliter l'identification des autostoppeurs (sac, ardoise, brassard, guide pratique...).

Le travail a été mené entre septembre 2019 et décembre 2021, avec l'appui d'étudiants du Cermosem (Université de Grenoble), qui

ont cartographié et testé le système. 50 panneaux d'autostop ont été implantés dans la vallée de l'Eyrieux dont 24 sur le territoire de la CAPCA. Résultat : un temps d'attente moyen de 9 minutes et 23 tentatives réussies. Des animations sur l'autostop ont également été réalisées lors de la semaine de la mobilité 2021.



FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

◆ Ateliers information transports / de sensibilisation à l'éco-mobilité

Une co-animation peut rendre l'atelier plus fluide et plus impactant. Le relationnel et la disponibilité du conseiller font partie des facteurs clés de succès. Bien veiller à inviter large afin de sensibiliser et toucher le plus de publics divers et variés possible, afin de faire boule de neige.

Prévoir plusieurs ateliers pour laisser le temps nécessaire à l'animation.

Le temps disponible permet de tisser des liens entre structures.

◆ Diagnostic préalable des besoins des acteurs et des publics sur les mobilités

En concertation avec le Centre Intercommunal d'Action Sociale, une cinquantaine de structures ont été identifiées comme principaux relais à mobiliser pour la réalisation d'un diagnostic partagé sur l'identification de leurs besoins en matière d'accompagnement sur la mobilité. Une cartographie des acteurs et un travail sur le calendrier prévisionnel d'actions ont été réalisés en amont pour déterminer les lieux et les périodes les plus propices aux animations grand public et les temps d'échanges avec les acteurs. Ces rencontres

ont permis de structurer un réseau d'acteurs et d'identifier des besoins prégnants pour établir une feuille de route :

- > besoins d'ordre informationnel : avoir des informations claires sur l'ensemble des offres de mobilité sur le territoire, besoin de simplification des démarches,

- > besoin d'accompagnement : forte demande d'actions de sensibilisation.

◆ Formation des acteurs sociaux sur les mobilités alternatives

Les acteurs de l'action sociale représentent une cible très large. Il est important de s'appuyer sur un noyau dur au départ, parmi les plus intéressés par la thématique de l'écomobilité, comme les missions locales, Pôle Emploi, structures de formation, CIAS, MJC, centres sociaux ... Il peut être opportun d'ouvrir encore plus cette cible afin de capter un public en précarité qui ne fréquente pas forcément ces structures en allant à la rencontre par exemple des clubs de sport, associations culturelles, associations d'habitants.

◆ Campagne de communication et animation en direction du public

Importance du partenariat pour mobiliser les usagers.

Engouement pour les partenaires d'outils innovants comme par exemple l'escape game, ludique et convivial.

POINTS DE VIGILANCE

◆ Diagnostic préalable des besoins des acteurs et des publics sur les mobilités

L'ensemble des acteurs montre un réel intérêt pour cette thématique. S'il y a globalement un manque de connaissance des moyens de transports existants de la part de leurs publics (jeunes, personnes en recherche d'emploi, en formation, sans permis, sans véhicule ...), la résistance à l'utilisation d'autres modes de déplacement ne tient pas que de cela. Pour beaucoup, il semble complexe de se déplacer au-delà de leur commune, de leur vallée. Aussi, des actions permettant de travailler sur la perception que peuvent avoir les bénéficiaires des différents modes de transports est nécessaire pour permettre un passage à l'acte.

La mobilisation des partenaires de l'action sociale (en particulier en période de crise sanitaire) et le temps nécessaire pour le faire sont à prendre en compte.

◆ Formation des acteurs sociaux sur les mobilités alternatives

Mettre en place à l'avance un cycle de 3 ou 4 dates sur l'année afin de faciliter la programmation de ces événements.



EN PARTENARIAT AVEC :

Agence Écomobilité
Savoie Mont-Blanc

Communauté d'agglomération

39 communes

60 956 habitants

Villes principales : Albertville, Ugine

Territoire à énergie positive
pour la croissance verte (TEPOS-CV)

Plan climat air énergie territorial (PCAET)
en cours de rédaction

Schéma directeur vélo *validé*

Schéma directeur covoiturage *lancé*

Schéma de service *en cours de finalisation*

CONTEXTE

Suite à une étude globale sur la mobilité menée en 2016, Arlysère a élaboré un programme d'actions autour de six axes : communication et portage des actions, tarification, intermodalité, réseaux urbains et interurbains, mobilité partagée et électrique, et pratique du vélo.

LES ACTIONS MENÉES

ACTIONS DE SENSIBILISATION

À destination des personnes en situation de précarité

- > 30 ateliers mobilité
- > 2 points information transports
- > 2 formations pour les partenaires sociaux
- > 124 séances de vélo-école et 4 ateliers "Rustine" d'aide à la réparation de vélo

À destination des jeunes

- > Journée de sensibilisation comprenant une animation maniabilité vélo ainsi qu'une mini-conférence mobilité et santé.

Six plans de mobilité multi-sites

- > En cours de réalisation, les plans concernent plus de 2 000 salariés / agents sur 80 sites sur le territoire dont la mairie d'Ugine, le collège Ernest-Perrier-de-la-Bathie à Ugine, la mairie d'Albertville, l'agglomération Arlysère, le CIAS, le CCAS et le centre hospitalier d'Albertville.

ACTIONS DE COMMUNICATION

Arlysère a mené à trois reprises une action de communication auprès de l'ensemble de la population. Un premier document distribué dans toutes les boîtes aux lettres présentait le site internet TRA-Mobilité et le réseau de transport public ; le second et le troisième étaient dédiés aux solutions alternatives à la voiture individuelle.

La communauté d'agglomération a mené d'autres actions, après un événement officiel de lancement du programme :

- > distribution de titres de transport aux prescripteurs ;
- > initiation à l'écoconduite pour les agents de la communauté et de la ville d'Ugine et pour les bénévoles des associations de mobilité solidaire ;
- > location de matériel pour animer des ateliers sur les mobilités ;
- > édition de supports de communication (affiches autour de la semaine de la mobilité et de la fête du vélo, stickers...);
- > participation à la fête du vélo ;
- > étude sur la mise en place de solutions alternatives à la voiture individuelle.

ACCOMPAGNEMENT DES STRUCTURES DE MOBILITÉ SOLIDAIRE

En 2019, près de 2 400 personnes âgées et/ou handicapées ont bénéficié du service de transport proposé par les trois structures présentes dans la communauté d'agglomération : Trans Service Association (qui a été équipée de véhicules électriques par Arlysère), Trans Beaufortain et Covoiturage association du canton de Grésy.

Dans le cadre du programme européen Mobilab, l'Agence Écomobilité étudie des mutualisations possibles entre les trois associations.

ACTIONS INNOVANTES

Autopartage et covoiturage

Deux actions emblématiques ont été initiées par Arlysère pour inciter les habitants à utiliser d'autres moyens de déplacement que la voiture individuelle :

- > **la mise en place d'un dispositif d'autopartage** (Citiz) utilisant des véhicules électriques, avec une incitation à son usage via des déplacements pour les particuliers et une subvention de 1 000 euros de trajets pour les structures sociales du territoire ;
- > **le développement du covoiturage** pour les trajets domicile-travail à travers une convention avec la société Klaxit et la prise en charge financière de trajets pour les usagers.

BILAN

Les 60 000 habitants de la communauté d'agglomération ont été touchés par les actions de communication (avec un objectif de 12 000 au départ). Arlysère estime qu'environ 9 000 personnes vont modifier leur comportement en matière de déplacements.

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

◆ Sensibilisation

La connaissance du territoire permet une grande efficacité dans les actions mises en œuvre.

La réalisation d'un diagnostic préalable : le fait de poser un cadre permet de sérier les objectifs et d'optimiser les actions engagées.

◆ Communication

La communication est un enjeu incontournable en accompagnement des réponses concrètes.

La multiplicité des modes et canaux de diffusion de l'information et le côté répétitif de la communication apparaissent comme nécessaires pour toucher un plus large public et arriver à faire évoluer les mentalités.

Créer un site internet dédié à la mobilité et le faire vivre contribue à faciliter les déplacements des habitants.

Des éléments ponctuels ne permettent pas d'arriver à ces objectifs car il convient que les usagers puissent s'approprier les modes alternatifs de déplacement, ce qui demande une réflexion qui prend du temps.

Assurer le portage des actions par une équipe pluridisciplinaire.

Avoir un lieu ressource clairement identifié sur le territoire pour la mobilité.



◆ Mobilité solidaire

La réussite du projet tient à la proximité des acteurs avec le terrain. Le fait de pouvoir s'appuyer sur des bénévoles permet de tisser un lien avec les bénéficiaires, chose plus difficile dans le cadre du transport en commun classique.

POINTS DE VIGILANCE

- ◆ La charge de travail est importante pour le service Mobilité de la structure porteuse (Arlysère).
- ◆ Le bénévolat est potentiellement fragile et a par exemple connu un arrêt brutal avec la pandémie de Covid-19.
- ◆ Un juste équilibre est à trouver entre :
 - > une partie institutionnelle nécessaire afin de mobiliser des fonds, être structure ressource, relayer la communication ;
 - > une partie associative beaucoup plus proche du terrain, comprenant donc plus facilement les besoins, et pouvant faire preuve de souplesse pour répondre avec pertinence aux besoins.



EN PARTENARIAT AVEC :

Agence Écomobilité
Savoie Mont-Blanc



Communauté de communes

41 communes

331 km²

37 100 habitants

Villes principales : Montmélian,
Saint-Pierre d'Albigny, Valgelon – la Rochette,
Porte-de-Savoie

Territoire à énergie positive
pour la croissance verte (TEPOS-CV)

Plan climat air énergie territorial (PCAET)
adopté en décembre 2020

CONTEXTE

Entre Bauges et Chartreuse, le territoire rural de Cœur de Savoie conduit une politique en faveur des mobilités alternatives à la voiture individuelle avec notamment des actions pour développer l'usage du vélo et de la voiture partagée.

LES ACTIONS MENÉES

FORMATION DES PRESCRIPTEURS

L'Agence Écomobilité Savoie Mont-Blanc a réalisé un guide des mobilités à destination des professionnels intervenant auprès des personnes en situation de précarité. Le guide a été édité à 250 exemplaires. Ce guide est présenté aux prescripteurs sociaux lors d'ateliers de formation.

ACTIONS EN FAVEUR DU VÉLO À ASSISTANCE ÉLECTRIQUE

En 2020 et 2021, des permanences de la Vélostation ont été organisées dans les parcs d'activités économiques d'Alpespace et du Héron afin que le service public de location de vélo soit au plus près des habitants et travailleurs du territoire. La communauté de communes a également procédé à l'achat de 16 nouveaux VAE et 5 vélos classiques, renforçant ainsi son parc de vélos et l'offre de location à l'attention des habitants.

DÉVELOPPEMENT DU COVOITURAGE

Un dispositif de covoiturage dynamique a été déployé à l'automne 2021 entre Pontcharra et Valgelon-La Rochette. L'objectif principal de ce dispositif est d'apporter une solution de mobilité pour les déplacements pendulaires et plus particulièrement de :

- > faciliter l'accès à la gare de Pontcharra pour les déplacements vers Grenoble / Chambéry,
- > faciliter le recrutement des entreprises en desservant les zones d'emplois (PAE du Héron),
- > donner accès à la mobilité (jeunes, actifs non motorisés).

La mise en œuvre de ce dispositif fait suite à une étude de faisabilité dont les résultats ont été présentés en novembre 2020.



ACTION INNOVANTE

Séances de vélo-école

La Communauté de communes Cœur de Savoie a organisé plusieurs séances de vélo-école auprès de personnes en situation de précarité comme les demandeurs d'asile.

Objectif : faciliter leurs déplacements dans le cadre de leurs démarches administratives ou de leurs recherches d'emploi.



FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

◆ Formation des prescripteurs

Construction du guide avec les partenaires pour prendre en compte leurs besoins et attentes réels.
Connaissance du territoire de la part des formateurs.

Action très concrète et appréciée mais qui nécessite du temps de concertation pour construire un outil pertinent.

Importance de la Co construction pour impliquer les relais dès le début de l'action.

◆ Développement de l'usage du vélo à assistance électrique

Action très concrète qui mêle information et accompagnement.

◆ Covoiturage dynamique

L'accompagnement par un prestataire spécialiste du covoiturage spontané.

L'animation réalisée avec un partenaire qui connaît le territoire et ce sujet spécifique.

La multiplicité des canaux de communication et animation afin d'assurer la compréhension du fonctionnement du dispositif par les usagers finaux.

Prendre le temps de faire de la pédagogie pour s'assurer de l'engagement des partenaires associés dans la promotion de l'expérimentation.

Rencontrer chaque partie prenante dès le lancement du projet.

Partager l'expérience de territoires similaires pour rassurer et montrer la pertinence du dispositif.

Programmer une campagne de communication et d'animation intensive pour assurer un bon démarrage.

POINTS DE VIGILANCE

◆ Formation des prescripteurs

La mise à jour du guide demande du temps.

La disponibilité des prescripteurs et leur réceptivité au sujet de la mobilité.

Trouver le bon format de mise en forme de l'outil pour qu'il soit facile à prendre en main.

◆ Développement de l'usage du vélo à assistance électrique

La communication sur les permanences doit être anticipé et visible.

Les délais de livraison des VAE neufs.

Le stockage de la flotte de VAE dans des locaux exigus.

Le manque d'aménagements cyclables sécurisés de manière globale et plus spécifiquement pour se rendre sur les parcs d'activités.

◆ Covoiturage dynamique

S'assurer du portage politique du projet.

Le temps long nécessaire préalable au lancement pour impliquer toutes les parties prenantes (élus, communes, acteurs relais...).

L'acceptation de certaines communes, déterminantes par rapport aux tracés des axes et arrêts pressentis ou définis.

Le portage par la collectivité d'un dispositif expérimental et coûteux.



Communauté de Communes
FAUCIGNY GLIÈRES

Communauté de communes

7 communes

331 km²

26 000 habitants

Villes principales : Bonneville, Marignier



Territoire à énergie positive
pour la croissance verte (TEPOS-CV)

« Ville respirable en cinq ans »

CONTEXTE

Sur un territoire situé dans le périmètre du Grand Genève, la Communauté de communes Faucigny - Glières doit faire face à une importante croissance démographique : avec 92 000 déplacements quotidiens dont plus de 60 % au sein de la communauté de communes, la collectivité entend travailler sur les mobilités de proximité, à travers des actions d'information, de sensibilisation et de mobilisation des acteurs autour des modes de déplacement adaptés comme le vélo.

LES ACTIONS MENÉES

ÉDITION D'UN GUIDE DES MOBILITÉS

La CCFG a réalisé un guide mobilité visant à fournir des informations sur l'offre de mobilités du territoire. Plus de 1700 guides ont été diffusés depuis 2020, avec une version également disponible en ligne.

AUTOUR DU VÉLO

Dans le but d'apporter une réponse immédiate à la forte demande pour faciliter l'utilisation du vélo sur le territoire, la CCFG en partenariat avec le SM4CC, exploitant du service Proxiv élo (locations de vélos) ont organisé 31 animations autour du vélo (ateliers d'auto-réparation vélos, animations découvertes des itinéraires cyclables de la CCFG, ateliers contrôle technique vélos, ateliers vélo-école adultes et ateliers marquage vélos). Dans l'idée de poursuivre cette dynamique, L'Echappée accueillera en 2022, l'Université populaire de Bonneville qui proposera, tous les mois, deux ateliers participatifs d'aide à la réparation de vélos. Par ce service, l'Université populaire souhaite aider le public à développer les connaissances et les compétences nécessaires à la réparation de vélos en autonomie.

DÉFI MOBILITÉ

Lancé en septembre 2020, le défi mobilité vise à impulser un changement progressif des comportements en matière de mobilité par l'expérimentation de pratiques alternatifs permettant ainsi de réduire l'usage de la voiture individuelle. Pour faciliter le test, la CCFG a mis à disposition gratuitement un kit mobilité comprenant un carnet de bord et un équipement (vélo classique, vélo à assistance électrique, titres de transport). Ainsi, plus de 4 300 km ont été réalisés autrement qu'en voiture individuelle par 57 participants. À la suite de ces événements, 6 % des participants au défi ont procédé à l'achat d'un vélo et 36 % ont procédé à une location de VAE.

ANIMATIONS DÉCENTRALISÉES

Plusieurs animations en partenariat avec le service jeunesse (Bonneville), Aravis VTT et la Croix-Rouge, ont permis de former 160 personnes des quartiers politiques de la ville (QPV) à la réparation de leur vélo et aux gestes qui sauvent la vie.

JOURNÉE MOBILITÉ

En septembre 2020, une sortie de découverte des itinéraires cyclables du territoire a été organisée avec les associations de cyclistes, suivie d'animations et d'ateliers autour des mobilités douces (vélo, roller, trottinette...). Au total, une cinquantaine de personnes ont participé.

EXPOSITION MOBILITÉ

L'Exposition mobilité, organisée à la médiathèque, a permis de fournir aux 1 400 intéressés des informations sur leurs déplacements. Par cette action, la CCFG souhaite montrer aux habitants du territoire que 50 % de leurs déplacements font moins de 3 km et que ceci pourraient être effectués en modes actifs.

CAMPAGNE DE TÉMOIGNAGE

La campagne de témoignages en faveur d'une mobilité plus respectueuse de l'environnement, sur le thème « Se déplacer autrement, me rend heureux tout simplement », a été organisée en novembre 2021. Les 11 volontaires ont décidé de partager leurs expériences inspirantes pour initier, à une autre échelle, le changement de comportement en matière de mobilité. Cette campagne a été diffusée à la radio et a permis d'informer plus de 55 000 personnes.

ACTION INNOVANTE

L'Échappée : un tiers lieu original

Créée en janvier 2020, L'Échappée est un "lieu ressources de la mobilité" dont la vocation est d'accompagner la population dans son changement de comportement. Il s'apparente à un guichet unique pour l'ensemble des sujets relatifs aux déplacements, abritant également un espace dédié au télétravail et un service de location de vélos.

Depuis sa création, ce tiers-lieu mobilité a accueilli plus de 300 personnes. En partenariat avec le SM4CC, plusieurs ateliers de promotion de l'utilisation du vélo ont été organisés sur place. Le travail engagé continuellement avec les partenaires, les prescripteurs du territoire et l'ensemble des communes a permis d'améliorer la visibilité du lieu et de relayer l'information sur l'ensemble des actions engagées.

BILAN

L'objectif de cette action est d'accompagner 300 personnes pour changer leur façon de se déplacer sur le territoire. Depuis 2020, plus de 2 997 personnes ont été sensibilisées aux modes alternatifs à la voiture individuelle. La communication des actions via les réseaux sociaux, le boîtage, l'affichage, le relais des partenaires et prescripteurs, a permis d'atteindre 26 659 habitants du territoire de la Communauté de communes de Faucigny - Glières.



FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- ◆ Les premières actions ont permis d'identifier l'importance des animations de terrain pour faire connaître le lieu ressources et amener les services de l'Echappée au cœur des quartiers. Le travail en continu avec les partenaires et les prescripteurs a assuré un meilleur relai des actions engagées auprès de leur public respectif, mais aussi d'améliorer la visibilité du lieu ressources de la mobilité. Avec ce réseau, a été co-construit un panel d'actions qui répondent aux besoins de mobilité des publics qu'ils reçoivent, dans l'objectif de favoriser une mobilité inclusive.
- ◆ L'organisation d'événements de type challenge a été un bon levier pour inciter les habitants et salariés à modifier leur façon de se déplacer sur le territoire.
- ◆ L'information et la communication, comme par exemple le guide mobilité, ont permis de diffuser des informations sur les offres de transport disponibles et de sensibiliser les habitants aux différents dispositifs d'aide.
- ◆ Inciter les habitants à changer leur façon de se déplacer passe aussi par la reconnaissance et la valorisation des personnes qui adoptent ce changement. La campagne de témoignages a montré l'importance de s'appuyer sur des relais locaux, motivés et sensibilisés à la mobilité durable.
- ◆ Pour relayer l'information au plus grand nombre, il est recommandé de combiner la communication de terrain et l'utilisation de canaux de communication tels que panneaux d'affichage, réseaux sociaux, presse... Le bilan très positif des animations a confirmé l'enjeu de proximité et la nécessité de les adapter aux besoins exprimés par les usagers.
- ◆ L'envoi de newsletter mensuelle permet de tenir informés les partenaires et prescripteurs des actions prévues sur le territoire ; l'organisation de points réguliers de recenser leurs avis et leurs besoins en termes d'animations.

POINTS DE VIGILANCE

- ◆ Pour inciter le maximum de personnes à changer leur façon de se déplacer sur le territoire, une mobilisation constante des différents acteurs locaux (associations, écoles, partenaires, commerces) est essentielle pour conserver une dynamique collective dans le relai des informations sur la mobilité.
- ◆ Changer les comportements de mobilité prend du temps, il faut par conséquent entreprendre des actions sur le long terme pour accompagner les habitants à modifier leurs habitudes de déplacement.

Monts du Lyonnais

Communauté de communes

EN PARTENARIAT AVEC :

Communes du territoire

Communauté de communes

32 communes

397 km²

35 000 habitants

Villes principales : Saint-Martin-en-Haut, Saint-Symphorien-sur-Coise, Saint-Laurent-de-Chamousset, Sainte-Foy-l'Argentière

Territoire à énergie positive pour la croissance verte (TEPOS-CV)

Plan climat air énergie territorial (PCAET) adopté en 2020

CONTEXTE

Territoire rural, la Communauté de communes des Monts du Lyonnais est proche des pôles urbains de Lyon, Saint-Étienne et Roanne, ce qui génère des déplacements importants. Les transports y représentent près d'un quart de la consommation d'énergie. L'habitat étant diffus, la voiture individuelle reste indispensable à la quasi-totalité des habitants, tandis que la topographie rend difficile l'usage de modes doux, comme le vélo. Aussi l'Insee a-t-elle classé les Monts du Lyonnais parmi les « territoires à enjeux autour des déplacements ».

LES ACTIONS MENÉES

ACTIONS EN DIRECTION DES PUBLICS EN PRÉCARITÉ

Un service de transport social des Monts du Lyonnais (TSMDL) a été déployé sur l'ensemble des 32 communes de l'EPCI depuis le 1er septembre 2019, suite à plusieurs années d'expériences sur une partie du territoire.

Il s'adresse à des personnes en grande difficulté pour se déplacer (aucun moyen de déplacement, des conditions de ressources très modestes, âgées, en situation de handicap ou d'invalidité, au RSA...) et est opéré à l'échelle de la Communauté de communes en partenariat avec des transporteurs locaux, sous forme de marché annuel.

De septembre 2019 à octobre 2021, un total de près de 82 000 km a été parcouru en 6 805 trajets, soit une moyenne d'un peu plus de 12 km par trajet. Malgré la crise sanitaire liée au Covid-19 qui a affecté le dispositif,

407 co-voiturages ont été effectués sur 5 827 km. Le service a connu une forte hausse des demandes d'utilisation (142 usagers en année 1, 174 en année 2) grâce aux relations de proximité établies entre les usagers, les communes, les transporteurs, à la communication via de nombreux relais, et à son adaptation "au fil de l'eau".

ACTIONS AUPRÈS DES ENFANTS ET DES JEUNES

Cinq écoles se sont engagées dans un projet, comprenant pour chacune d'elles, la conduite d'un diagnostic mobilité et des actions de leur choix (préparation et passage du permis vélo, permis piéton, vidéo de sensibilisation sur l'éco mobilité à partager avec les autres écoles, etc.). Vingt sessions d'apprentissage des mobilités actives (vélo et roller) ont été organisées dans cinq communes et 157 enfants ont participé au Cyclo des Monts (parcours cyclistes sur le territoire pour les enfants de CM1 et CM2). En partenariat avec l'Université Lyon 2 et le Conseil de développement, un diagnostic sur la mobilité des jeunes (11-25 ans) a été réalisé en 2020, approfondi au printemps 2021 par un stagiaire en master sur les pistes de leviers des freins à la mobilité. La communauté de communes a acheté 40 draisiennes et 20 casques pour les structures jeunesse et petite enfance ; elle a acquis deux pistes d'apprentissage à la sécurité routière et au partage de l'espace entre les modes, et conçu le jeu de cartes Mobee Time (150 exemplaires) à remettre aux écoles lors des animations. Elle a travaillé à la création d'un jeu de rôle (pour adultes et enfants) pour sensibiliser aux modes de déplacements alternatifs.

ACTIONS EN DIRECTION DES ACTIFS

Quatre vélos à assistance électrique (VAE) ont été mis à disposition des agents de la communauté de communes (730 km parcourus) et 43 agents (dont 8 chauffeurs poids lourds) ont suivi une journée de formation à l'éco-conduite sur route et simulateur. Trois salles de réunion ont été équipées en matériel pour visio-conférence, réduisant ainsi les déplacements des salariés situés sur de nombreux sites répartis sur le territoire.

Des actions ont été menées auprès d'entreprises après une enquête micro trottoir réalisée auprès de 107 salariés des deux zones d'activités principales : 9 entreprises ont emprunté des VAE (540 km parcourus), une information "mobilités" a été fournie à 60 entreprises, de la sensibilisation à l'éco-mobilité a été organisée auprès des salariés d'une entreprise (sensibilisation à l'éco-conduite pour 21 salariés, au covoiturage, relai de la campagne de communication « Ça bouge chez nous »).

Des actions de promotion des emplois locaux ont été menées par une dizaine d'entreprises qui ont accueilli des scolaires, et deux forums pour l'emploi ont permis de mettre en lien 44 entreprises et 185 visiteurs en 2020 et 61 entreprises et 159 visiteurs en 2021. La CCMDL (service Economie) a été accompagnée par une agence de communication sur la valorisation / identification des atouts faisant l'attractivité du territoire suivant les catégories d'entreprises.

ACTIONS EN DIRECTION DES PUBLICS EN INSERTION

Deux ateliers chantiers d'insertion ont reçu chacun quatre VAE, mis à disposition pendant un an, renouvelable. Vingt salariés ont participé à une journée de formation "remise en selle", 1 804 km ont été réalisés avec ces VAE et 10 ont également participé à une journée de formation éco conduite. Onze structures d'insertion planchent sur des pistes comme une aide au permis, une auto-école sociale ou un service de transport social quotidien.

ACTIONS EN DIRECTION DES COMMUNES

Douze aires de covoiturage ont été aménagées dans neuf communes, en partenariat avec le Département du Rhône. Quatre communes ont été accompagnées par un bureau d'étude pour l'élaboration de leur stratégie communale de mobilité douce. Après une phase de diagnostic, des scénarios d'actions ont été élaborés pour guider les communes via une approche technique, financière et programmatique, tels que la mise en place de cheminements piétons, d'aménagements cyclables, une évolution des régimes de vitesse, l'installation de mobiliers et signalétiques, ou encore d'utilisation des parkings.

Un guide méthodologique a été élaboré, reprenant les éléments d'analyse pour établir un état des lieux et des informations sur les aménagements et équipements adaptés (typologies, matériaux, jalonnement, signalétique, normes...) à différentes situations, qui pourra être utilisé par et pour les autres communes de la CCMDL.

ACTIONS EN DIRECTION DU GRAND PUBLIC

Deux actions complémentaires ont permis de toucher le grand public.

Appel à projets citoyens « Mobilité durable »

Quatre projets ont été retenus (voir Action innovante) : au total 521 personnes ont été touchées par ces actions concrètes de terrain. Afin de les promouvoir largement et de donner envie à d'autres collectifs de se lancer, une vidéo a été réalisée (disponible sur la chaîne YouTube des Monts du Lyonnais) résumant les actions de ces 4 collectifs.

Campagne de communication « Ça bouge chez nous ! »

Lancée à l'occasion de la Semaine européenne de la Mobilité, la signature de cette campagne vise à faire changer les habitudes de déplacements des habitants.

Sa particularité : les habitants du territoire sont à l'honneur sur les affiches. Le message est porté par celles et ceux qui, au quotidien, l'expérimentent. Des femmes et des hommes d'ici, qui se déplacent à pied ou à vélo, pratiquent le covoiturage ou prennent le bus sont à l'honneur sur les affiches : 800 affiches et 486 dépliants distribués, 15 posts Facebook (56700 personnes touchées) et 14 posts Instagram (6133 personnes touchées), 1 spot sur la radio locale, 1 spot vidéo diffusé dans les cinémas locaux, la page de couverture et la double page centrale du bulletin communautaire (16000 exemplaires) et un relai dans les supports de communication des communes.

Quelques animations ont complété ces actions phares : des ateliers de "remise en selle" à destination des seniors (40 personnes ont pu en bénéficier), des permanences mobilité mensuelles organisées dans les deux Maisons France Services du territoire, l'élaboration d'une pochette et plaquette papier, deux réunions sur le covoiturage de proximité... Des supports de communication ont été réalisés pour la station au bioGNV mise en service sur le territoire.



ACTION INNOVANTE

Appel à projets citoyens « Mobilité durable »

Un appel à projets citoyens « Mobilité durable » a été lancé à l'automne 2020 à l'échelle de la CCMDL et clôturé en février 2021, ouvert à tous collectifs pour proposer un projet. Quatre collectifs citoyens, de nature très diverse, ont été sélectionnés :

- > un groupe de jeunes pour un projet de sensibilisation au vélo, grâce à la diffusion d'un petit court métrage réalisé pendant une tournée à vélo sur plusieurs communes ;
- > un groupe mixte élus / citoyens pour l'organisation d'une semaine événementielle autour du vélo et de la marche lors de la Semaine européenne de la mobilité sur leur commune ;
- > un groupe de collégiens éco-volontaires pour l'organisation d'une journée de formation des élèves des classes de 6^e et 5^e au vélo (atelier maniabilité, sécurité, réparation...) ;
- > un groupe de parents pour l'organisation d'une journée vélo sur leur commune (essai de VAE, réparation, marquage...).

Une vidéo mettra en avant ces différentes actions dans l'objectif de sensibiliser et de donner à voir des bonnes pratiques en matière de mobilité (via YouTube, site internet, Facebook...)

BILAN

Tous les publics visés, enfants, jeunes, en situation de précarité, actifs (agents de la CCMDL, salariés d'entreprise, salariés des ACI) élus, seniors, ont été touchés par l'une ou l'autre des actions mises en œuvre, adaptées à leur situation et leurs besoins :

- > environ 300 enfants, via les écoles primaires Jeunes, via le diagnostic mobilité et l'AAP citoyens,
- > 174 personnes en situation de précarité grâce au service de transport social,
- > Actifs par des formations/sensibilisation à l'éco conduite (74 personnes formées et ou sensibilisées), session de remise en selle (60 personnes), enquête "Déplacement"...
- > 60 élus par le travail de stratégie communale en matière de mobilité douce
- > Citoyens via l'AAP citoyens et la campagne de communication « Ça bouge chez nous » : plus de 60 000 personnes via les pages Facebook et Instagram, 800 affiches distribués, 500 dépliant, des spots radio et vidéo, les 35 000 habitants recevant le bulletin communautaire distribué au sein de chaque foyer (16 000 exemplaires), 50 personnes mobilisées pour mettre en œuvre les actions...

Des nombreux outils et matériels pédagogiques produits : jeux, vidéos, documents...

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

Il est nécessaire de mettre en place une organisation et des moyens spécifiques pour chaque projet. A titre d'exemple, on peut citer : pour les écoles, l'organisation des calendriers scolaires, des projets pédagogiques modifiés ; la vie complexe des entreprises, confinées, surchargées à certaines périodes, saisonnières pour certaines ; la volonté de proposer des actions à un public plus large, de s'appuyer sur d'autres partenaires...

Tout ce travail de connaissance fine du terrain et des publics prend beaucoup de temps en début de projet mais permet une adaptation constante et nécessaire à l'atteinte des objectifs.

♦ En direction des publics en précarité, une réponse sociale, humaine, de proximité

Le succès du dispositif de TAD est lié à une adaptation continue du service avec des ajouts de destinations, la prise en compte de certaines situations particulières des usagers (comme l'horaire de prise en charge plus tôt), l'examen de situations exceptionnelles, l'augmentation du nombre de trajets pour les personnes en insertion professionnelle... ainsi qu'à une grande souplesse de réservation et au nombre important des lieux de dépôt des usagers (destinations en dehors de l'EPCI permettant l'accès à des services indispensables (soins / santé, gares, zones commerciales...). Le faible coût du trajet (2 €)

permet aussi aux personnes de se déplacer plus souvent dans le mois dans la limite du nombre de trajets octroyés (10 / mois).

Le rôle clé des secrétaires de mairies et des CCAS, interlocuteurs de proximité des bénéficiaires et lien avec le service Mobilité de la CCMDL. L'accent peut être mis sur la communication auprès de ceux-ci (porte d'entrée du dispositif) en organisant des réunions, en leur envoyant des affiches, flyers et en restant toujours à l'écoute de leurs questionnements.

La communication est très importante afin de toucher et aider un maximum de personnes isolées et sans aucun moyen de déplacement : important de s'appuyer sur tous les acteurs sociaux (Maisons du Rhône, Esat, centres sociaux, associations d'entraide...) pouvant être des relais auprès des personnes en précarité.

En pratique : la mise en place d'un comité d'arbitrage composé d'élus, réactif et ouvert, permet de statuer sur les demandes particulières, ne répondant pas à l'intégralité des critères ainsi il n'y a pas de positionnement du technicien qui gère le dispositif.

Un agent CCMDL (temps partiel) qui coordonne et fait le lien entre les différents partenaires.

◆ En direction des jeunes

Diversifier des actions autonomes ne nécessitant pas une animation de la part du territoire : supports pédagogiques, questionnaires d'enquête, jeux, pistes, livres, vidéo, etc.

Les établissements scolaires ne sont pas des structures classiques, et doivent respecter tout un ensemble de démarches liées à l'Éducation nationale (projets pédagogiques, calendrier différent, autorisations spéciales pour les établissements publics, sorties en dehors des établissements, durées des interventions, etc.) dont il faut prendre connaissance, dès le début du programme.

◆ En direction des actifs (y compris agents territoriaux, entreprises et promotion emplois locaux)

Proposer des formations très pratiques et participatives.

Au sein de la collectivité, mobiliser les directrices des pôles pour qu'ils/elles soient exemplaires et moteurs pour les autres agents.

Cibler en priorité des entreprises avec des horaires de travail standard (plus facile pour encourager le covoiturage notamment) qui pourraient être pionnières en matière d'éco-mobilité et donner envie à d'autres de s'y intéresser.

Impliquer concrètement les acteurs économiques et non pas comme des "simples relais" ou pourvoyeurs de contact.

◆ En direction des publics en insertion socio-professionnelle

Les formations VAE plaisent beaucoup pour redonner confiance en soi, acquérir de nouvelles compétences pour les personnes en insertion socio-professionnelle.

Faire témoigner une conseillère en insertion pour convaincre ses pairs et ainsi les sensibiliser à d'autres alternatives que la voiture individuelle, solution parfois "impossible" pour certaines personnes.

Organiser une formation pour les travailleurs sociaux ou bien une journée de "sensibilisation" afin qu'ils testent concrètement la pratique du VAE, l'éco-conduite... pour pouvoir mieux convaincre.

◆ En direction des communes

Un fort soutien politique du président et du vice-président en charge de ces questions pour encourager leurs pairs.

Dès le démarrage de l'action, informer les habitants que la commune se lance dans un travail de réflexion stratégique sur les mobilités douces et prévoir les temps de participation et concertation.

Constituer un groupe élus – citoyens pouvant être mobilisé pour le diagnostic, pour faire des propositions, pour informer.

Communiquer tout au long de l'avancement de l'action afin de faciliter l'appropriation des futures réalisations.

Externaliser l'animation, la concertation avec un autre prestataire que le bureau d'études techniques.

◆ En direction du grand public

Pour l'AAP citoyens, le travail est facilité par un règlement rédigé à l'avance qui définit les modalités de mise en œuvre. Ce type d'actions permet de donner un réel coup de pouce à des citoyens prêts à s'engager tout en restant sur des budgets très modestes.

Une campagne de communication, basée sur l'authenticité, sur l'exemple, mettant à l'honneur des habitants du territoire qui expérimentent au quotidien les déplacements à pied, à vélo, en covoiturage, en bus.

Utiliser tous les vecteurs de communication (réseaux sociaux, journaux locaux, cinéma, radio...) existants pour une plus grande diffusion sur le territoire et toucher tous les publics.



POINTS DE VIGILANCE

Au-delà de la crise sanitaire avec son lot de contraintes, une des grandes difficultés est le temps nécessaire pour mobiliser les acteurs (en interne comme en externe) sur un sujet qui les préoccupe, l'éco-mobilité, mais qui leur paraît également "inatteignable" dans un territoire rural, de moyenne montagne, où l'utilisation de la voiture reste la norme.

◆ En direction des publics en précarité

Le dispositif nécessite la mise en place d'une vérification rigoureuse des dossiers déposés (bien fournir toutes les pièces jointes et à jour) afin de respecter les critères du droit d'utilisation.

La vérification des parcours effectués par les taxis (payés au km) est également nécessaire. Le territoire des Monts du Lyonnais est vaste. Il est possible d'aller d'un point à un autre par différentes routes. Cela demande aussi une bonne connaissance du territoire pour gérer les trajets avec les transporteurs.

Réussir à nouer un dialogue de proximité avec les acteurs sociaux en contact régulier avec des personnes précaires, pour qu'ils soient correctement informés et afin qu'ils puissent repérer les personnes qui pourraient bénéficier du TSMDL.

Le règlement du transport mis en place ne permet pas non plus de répondre favorablement à toutes les demandes. Il faut alors trouver une solution de transport à ces personnes via le CCAS de la commune ou d'autres dispositifs en place.

◆ En direction des jeunes

Bien se coordonner avec les autres services qui proposent des projets pour les établissements scolaires (musique, sport, culture) pour respecter l'équité entre les établissements, les communes et les classes qui bénéficient des interventions. Également pour être sur les mêmes calendriers (présentation et réalisation des projets).

◆ En direction des actifs (y compris agents territoriaux, entreprises et promotion emplois locaux)

Avoir le plein soutien de la direction pour réaliser des actions avec et en direction des agents de la collectivité.

Impliquer le plus tôt possible les services internes concernés et les partenaires dans les actions avec les entreprises.

Trouver les personnes clés motivées sur qui s'appuyer pour lancer les actions que ce soit au sein de la collectivité, comme au sein des entreprises.



◆ En direction des publics en insertion socio-professionnelle

Nécessité de trouver des formateurs ayant l'habitude de travailler avec des personnes ayant des difficultés d'apprentissage, ce qui est parfois difficile sur un territoire rural.

Difficulté de mobiliser les travailleurs sociaux peu informés sur ce genre de formation et non "convaincus" par ces dernières.

◆ En direction des communes

Engager un bureau d'études proche du territoire concerné pour faciliter les visites terrain pour les diagnostics, les réunions avec les élus ... (nombreux allers / retours).

La commande auprès du bureau d'études doit inclure une concertation sur les communes avec les différents usagers, habitants, entreprises, commerçants, associations, parents d'élèves... en faisant appel de façon privilégiée à des processus d'accompagnement au changement de comportement.

◆ En direction du grand public

Nécessité de bien cadrer l'AAP citoyen pour éviter de potentielles difficultés dans la sélection des lauréats.

Pour l'AAP citoyen, la gestion de nombreux devis et factures peut être un peu lourde suivant le nombre de lauréats retenus et leurs actions.

Pour la campagne de communication, s'assurer de l'investissement des relais sur le territoire, notamment des communes, pour s'emparer et utiliser les outils mis à leur disposition (par exemple un kit de communication avec des visuels et des textes prêts à l'emploi pour leurs supports de communication).

Bien choisir les modèles et types de vélos à assistance électrique à acheter suivant les utilisations envisagées (atelier de sensibilisation / formation, prêt, type de publics ...).

Dans la mesure du possible avoir des groupes de niveaux homogènes pour les sessions de remise en selle, la différence de niveau de pratique du vélo dans un même groupe pouvant gêner certains participants.



Communauté de communes de la Plaine de l'Ain

Communauté de communes

53 communes

711 km²

77 644 habitants

Villes principales : Ambérieu-en-Bugey,
Meximieux, Lagnieu, Chazey-sur-Ain (siège)



Territoire à énergie positive
pour la croissance verte (TEPOS-CV)

Plan climat air énergie territorial (PCAET)
depuis 2019

CONTEXTE

Dans la Plaine de l'Ain, territoire à la fois péri-urbain et rural, 16 % de la population est en situation de précarité énergétique liée aux transports, 30 % des moins de 30 ans. Le vaste parc industriel n'est pas desservi par les transports publics. L'enjeu, dans ce contexte, est de proposer des alternatives à l'autosolisme, en développant le covoiturage.

Avec plus de 8 000 emplois, le Parc industriel est une des zones d'activité les plus grandes d'Auvergne-Rhône-Alpes. La tension sur le recrutement est forte, avec de nombreux postes à pourvoir qui ne trouvent pas de candidats. La mobilité est présentée comme un des principaux freins au retour à l'emploi. Il s'agit donc de faire changer les perceptions de chacun pour assoir le covoiturage comme un mode de transport crédible pour les trajets domicile travail.

Il s'agit également de rendre le territoire attractif aux habitants de la métropole lyonnaise toute proche et notamment aux jeunes (stagiaires et alternants). Car si le train dessert bien les gares du territoire, il manque un maillon pour rejoindre sans voiture la principale poche d'emploi du territoire. Faciliter la jonction train / covoiturage et faire connaître les solutions de mobilité sont le véritable enjeu du projet.

LES ACTIONS MENÉES

DIAGNOSTIC

Conduit en 2019, le diagnostic a permis d'identifier les lieux de vie des employés, les flux existants et les horaires de travail des entreprises du parc industriel. Le lien avec le Syndicat mixte du Parc industriel de la Plaine de l'Ain a permis de comprendre les besoins et contrainte des entreprises du site. Le lien avec les communes du territoire a permis d'identifier les positionnements d'arrêts les

plus pertinents : sur le trajet naturel des conducteurs et accessible au maximum sans voiture pour les passagers. Cette étude a ainsi permis de définir les caractéristiques du service.

MISE EN PLACE DU SERVICE

Au premier trimestre 2020, les arrêts des deux lignes de covoiturage spontané sont mis en place. Elles relient les deux gares TER du territoire au Parc industriel de la Plaine de l'Ain et la centrale nucléaire du Bugey. Il s'agit d'un service de covoiturage dans lequel il n'y a pas de préparation à l'avance. Le conducteur effectue son trajet quotidien et est informé en temps réel de la présence d'un passager à un arrêt situé sur son trajet. Les arrêts sont organisés en lignes à la manière d'une ligne de bus. Une garantie de trajet est assurée en heure de pointe, et une assistance téléphonique guide les usagers. Les passagers peuvent effectuer tout le parcours usagers via SMS afin de ne pas mettre les personnes en difficultés par l'usage du smartphone.

La crise sanitaire a retardé le lancement mais le service a finalement ouvert aux conducteurs les 11 mai et aux passagers le 7 septembre 2020.

COMMUNICATION ET ANIMATIONS

Dès le mois de mai 2020, de nombreuses actions de communication sont initiées. Les contacts avec les entreprises sont pris dès début 2020. En septembre, 80 animations ont été organisées devant les gares, aux arrêts de covoiturage, dans les commerces et dans plusieurs entreprises, pour faire connaître le service. Mille flyers ont été distribués et 300 affiches mises en place. Une communication a été organisée sur les réseaux sociaux. Plus de 100 entreprises et structures ont été contactées pour relayer l'information. La communication et le développement de communauté, avec une personne dédiée, sont un effort continu à déployer

tout au long du projet avec les différentes cibles : les usagers pour leur faire connaître et comprendre le service, les entreprises pour rendre la solution de transport crédible et organiser des animations dans leurs murs, les prescripteurs emplois (agence d'intérim, pôle emploi...) pour qu'ils soient capable de fournir une information de premier niveau du service et qu'ils donnent confiance aux personnes en recherche d'emploi.

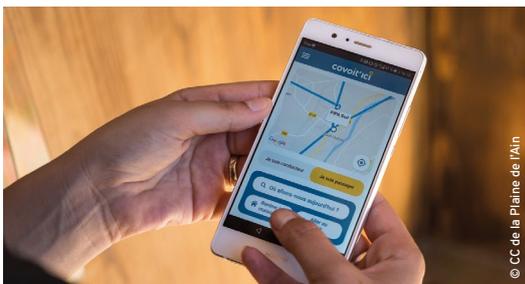
FACILITER LA MULTIMODALITÉ

En parallèle des actions spécifiques au développement des lignes de covoiturage, des hubs de mobilité ont été implantés aux terminus des lignes. Sorte de lieux totems de la mobilité, ils permettent aux usagers d'attendre dans des conditions confortables, de matérialiser l'arrêt dans l'espace public et d'apporter des services complémentaires : bagagerie automatique aux gares et vélos en libre-service au Parc industriel. Avec eux, a été mise en place toute une dynamique d'animations visant à informer et à faciliter les trajets multimodaux : train+covoiturage en particulier ; mise en place d'un site internet et de bornes tactiles à l'information dédiées sur les services existant en proximité et avec un diagnostic personnalisé.

ACTION INNOVANTE

Deux lignes de covoiturage et leur application

Le principe est celui du covoiturage spontané sans réservation et avec indemnisation des conducteurs. Une application mobile ou un parcours SMS permet au passager de renseigner sa destination et de régler la course pour un montant de 0.50 € par trajet. Le conducteur est informé de la présence d'un passager par cette même appli. Un système d'indemnisation automatique des conducteurs (0,50 € même à vide) permet de garantir une offre de voitures pendant les heures de forte demande (4h-9h, 12h-14h, 16h-22h). Le succès du service passe également par une garantie de trajet offerte aux passagers aux heures de pointe : même en l'absence de conducteur volontaire, ils sont pris en charge pour arriver à destination sans surcoût.



© CC de la Plaine de l'Ain

BILAN

Au 25 mars 2022 : 2 547 inscrits dont 1 173 utilisateurs actifs, 1 617 demandes de covoiturage, 1048 covoitages effectivement réalisés. Temps d'attente moyen : 7 minutes.

Au 30 novembre 2021 : 1 986 inscrits dont 83 utilisateurs actifs, 1 007 demandes de covoiturage, 652 covoitages effectivement réalisés. Temps d'attente moyen : 7 minutes.

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- ◆ Bonne connaissance du territoire, des flux existants et des horaires des entreprises au préalable.
- ◆ Offre attractive adaptée à la cible.
- ◆ Force du nombre de partenaires et prestataires impliqués.
- ◆ Présence de la garantie de trajet qui participe à l'expérience positive des passagers, multiplication des canaux de communication.
- ◆ Confronter la solution aux besoins pour être sûr de concevoir un dispositif pertinent et avoir les arguments pour convaincre.
- ◆ S'appuyer sur des relais, prescripteurs pertinents, en faire des partenaires autant que possible (il faut qu'un maximum de personne sache parler du service).
- ◆ Accompagner le changement de tous les acteurs de la chaîne : RH, dirigeants, agences d'interim, et usagers (et au-delà).
- ◆ Analyser les freins à l'usage et tous les retours faits pour adapter la réponse.

POINTS DE VIGILANCE

- ◆ Ne pas sous-estimer le besoin de communication et d'animation sur le long terme.
- ◆ Ne pas sous-estimer le temps nécessaire à ce que la dynamique se mette en place.
- ◆ La montée en puissance pour les passagers nécessite beaucoup de temps et de maintenir les actions pour rendre le service visible.
- ◆ Analyse fine nécessaire en permanence pour ajuster les messages et notamment faire correspondre offre conducteur et demande passager.

- L A
D R O
M E -

EN PARTENARIAT AVEC :



Mobility
Inspiring
Concept

mobicoop

La Cooperie

Carrefour des habitants

l'Espace Social
et Culturel
du Diois



364 communes

10 intercommunalités

6 530 km²

517 414 habitants

Villes principales : Valence, Montélimar,
Romans-sur-Isère, Die

CONTEXTE

Le projet expérimental Mobisol26 a été mené sur deux ans dans trois territoires ruraux de la Drôme, où la densité de population est inférieure à 20 habitants au km² : le nord du département, les Baronnies et le Diois. Ces territoires sont marqués par des phénomènes de vieillissement de la population et d'enclavement, entraînant des difficultés d'accès aux services, aux commerces, à l'emploi ou à la formation. Éloignés des infrastructures de transport, ils sont caractérisés par une faible offre de transport public et donc par une forte dépendance à la voiture individuelle. Or le taux de ménages sans véhicule est relativement élevé : près de 15 % dans le Diois, 13 % dans les Baronnies.

LES ACTIONS MENÉES

UNE PLATEFORME DE TRANSPORT SOLIDAIRE

Mobisol26 est un service de mobilité solidaire et inclusive, accessible depuis une application en ligne ou par téléphone à l'ensemble des publics visés, y compris aux personnes en situation de fracture numérique. Les personnes ayant un besoin de déplacement peuvent ainsi exprimer leurs demandes et Mobisol26 se charge de trouver une solution d'accompagnement en vérifiant les disponibilités auprès d'un réseau de conducteurs bénévoles inscrits.

Le cabinet MIC a réalisé l'ensemble des tâches nécessaires à l'élaboration du dispositif : étude des besoins, définition des parcours voyageurs et de l'expérience utilisateurs, conception du service et de ses caractéristiques fonctionnelles et techniques.

Mobicoop a développé et mis en service l'application avant d'assurer l'animation du dispositif.

INGÉNIERIE TERRITORIALE ET ANIMATION

Une charte d'expérimentation a été signée entre le Conseil départemental de la Drôme, Mobicoop et le cabinet MIC. Une trentaine d'acteurs des trois territoires concernés ont été rencontrés. Les structures en charge des publics fragilisés (personnes en insertion, demandeurs d'emploi...) ont également été contactées. Un partenaire a été identifié pour porter l'expérimentation et le service sur chacun des territoires identifiés : La Cooperie à Hauterives (Nord Drôme), le Carrefour des habitants à Nyons (Baronnies) et l'Espace social et culturel du Diois à Die. Le fonctionnement du dispositif est adapté aux modalités de chaque structure. Tous ces acteurs plaident pour la pérennisation du dispositif et la mise en place d'une gouvernance à moyen-long terme.

MISE EN ŒUVRE DU DISPOSITIF ET CAMPAGNE COMMUNICATION

La plateforme a été ouverte en novembre 2020, ainsi que la ligne téléphonique permettant l'accès au service pour les personnes ne disposant pas d'un smartphone ou d'une connexion internet. Des supports de communication papier (flyers, affiches...) ont également été créés, pour informer les habitants et pour lancer un appel aux bénévoles.

Au printemps 2021, une large campagne de communication a été lancée auprès de plusieurs médias locaux et nationaux : plusieurs articles et reportages TV et radio ont été réalisés.

ACTION INNOVANTE

Mobisol26

Mobisol26 est un dispositif de mobilité innovant dans la mesure où il est d'emblée conçu de manière inclusive, au bénéfice des publics les plus fragiles, notamment en situation de précarité et/ou de fracture numérique. La volonté de faire porter ce service par des acteurs locaux issus du milieu associatif garantit la mise en avant et la valorisation du facteur humain, qui reste fondamental pour le succès de l'initiative.



BILAN

Plus de 20 000 personnes en situation de fragilité ont été touchées par la communication. La plateforme comptabilise actuellement plus de 700 usagers et plus de 600 trajets réalisés sur les territoires d'expérimentation

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

◆ Une réponse aux besoins

Le premier facteur de succès d'un nouveau service est de répondre à des besoins réels des futurs utilisateurs. Il est fondamental de réaliser des analyses afin d'identifier préalablement les difficultés rencontrées par la population.

◆ Études en amont et connaissance du territoire

Avant de développer la solution servicielle, un travail d'ingénierie est nécessaire, afin de préciser le "parcours usager" et de spécifier les fonctionnalités qu'il faudra mettre en œuvre.

Cette étude doit être pilotée par des experts du métier des transports en s'assurant de la participation de l'ensemble des acteurs impliqués : collectivités, associations, un panel représentatif des futurs usagers, développeurs de la solution.

L'étude doit avoir pour objectif d'intégrer les exigences spécifiques aux publics cibles : une attention particulière est portée à l'ergonomie et aux fonctionnalités, à la facilité d'accès, avec une utilisation appuyée d'éléments graphiques.

◆ Communication ciblée et multi-support

Une fois le service qualifié, il est important de définir une stratégie de communication pour informer les futurs usagers et pour recruter une équipe de bénévoles.

La communication doit être multi-supports et multicanal : supports papiers, médias (journaux, radio), réseaux sociaux.

Les institutions et les structures partenaires sont également des acteurs essentiels pour relayer l'information sur le territoire.

◆ Animation et accompagnement

Le succès du projet réside aussi dans la mise en place d'une action d'animation territoriale de proximité, vis-à-vis des partenaires locaux (associations et structures relais) : formation et accompagnement, animation de stands et d'ateliers sur les communes, actions de fidélisation

◆ Autonomisation des structures

Une fois formées, les structures partenaires doivent être le plus autonomes possibles, car elles représentent le véritable pivot du service. Cela implique que le service soit adapté au fonctionnement de chaque structure, en termes par exemple de défraiement, de contact des usagers et d'organisation des déplacements.

◆ Relai et dynamisme local

Afin de développer davantage le service sur le territoire, il est fondamental de s'appuyer sur la dynamique locale et de trouver une synergie avec les initiatives déjà présentes localement ou envisagées.

Le service d'accompagnement à la mobilité doit faire partie d'une offre plurielle, permettant de répondre à plusieurs besoins de la population, sans se limiter aux transports.

◆ Outils diversifiés

Le service doit s'appuyer sur un panel d'outils.

La plateforme numérique de transport solidaire n'est qu'un élément d'un système plus complet. Le facteur humain d'accompagnement des usagers reste un élément clef. Ainsi que le service téléphonique.

◆ Retour d'expérience transparent et partagé

Une fois l'expérimentation conclue, il est nécessaire de réaliser un retour d'expérience complet, transparent et partagé avec l'ensemble des acteurs (forum et synthèse). Cette étape est fondamentale pour pouvoir améliorer et adapter le service aux besoins réels de la population. Le REX doit être transparent pour analyser de manière objective les aspects "qui n'ont pas ou mal fonctionné" et doit être aussi partagé avec l'ensemble des acteurs.

- Mettre en place un travail de conception dès les premières phases du projet, en impliquant le plus possible les futurs utilisateurs du service.
- Travailler davantage avec les acteurs institutionnels et dès le démarrage du projet sur la stratégie de pérennisation, en termes de finances et de moyens.
- Identification de structures partenaires faites sur la base de leur bassin d'action (quels territoires) et des moyens qu'elles ont à disposition.
- Le périmètre du terrain d'expérimentation doit être choisi en considérant les potentialités finales du service, pour pouvoir avoir à disposition un bassin d'utilisateurs significatif (il ne faut pas trop se limiter, sans pour autant viser un territoire trop vaste).
- Les aspects (et problèmes) technologiques ne doivent pas orienter la politique d'expérimentation : une solution "basique" peut bien répondre aux besoins d'une première mise en œuvre, elle peut être simple mais elle doit bien fonctionner.
- La communication est un facteur fondamental de réussite.
- Mobiliser des prescripteurs pour communiquer sur l'ouverture du service : un travail de "prospection" et de "suivi" s'avère indispensable afin de faire la promotion du service sur le territoire. Un premier travail doit être mené auprès des mairies (de la prise de contact par mail à la relance téléphonique auprès des secrétaires ou maires). Certaines mairies peuvent par leur site internet, leur newsletter... aider à recruter de nouveaux conducteurs-bénévoles. Les publics cibles comme les seniors, les jeunes, les bénéficiaires du RSA, ont pour contact direct les différents services sociaux, de réinsertion, d'insertion, de maintien à domicile, de santé... Une action doit être mise en place afin que ces organismes puissent faire connaître le service de transport solidaire auprès de leurs bénéficiaires.
- Concevoir le modèle économique du service en amont de l'expérimentation : plusieurs hypothèses peuvent exister, mais elles doivent être assez définies pour être testées lors des expérimentations : ressources nécessaires, coûts, nombre d'utilisateurs minimum, identification du "point mort".

- Besoin de bâtir une gouvernance claire préalablement au démarrage de l'expérimentation, afin de définir les rôles et les responsabilités des acteurs impliqués sur la durée de l'expérimentation et surtout au-delà : structures partenaires avec un rôle opérationnelles, les collectivités de proximité et les institutions. Qui apportera les financements ? Qui gèrera les budgets ? Qui portera les investissements et les coûts de fonctionnement ? Qui maintiendra le service et les outils associés en conditions opérationnelles ?
- Promouvoir le facteur humain : le service proposé ne peut que fonctionner si les relations humaines sont garanties par une présence significative des agents des structures partenaires, vis-à-vis des bénévoles et des utilisateurs. L'utilisation des outils numériques doit être conçue et organisée en tenant compte de ce principe.
- Trouver des synergies avec d'autres initiatives locales : il est important d'éviter le cloisonnement des services et la démultiplication des applications numériques. L'outil numérique ainsi que les processus opérationnels de gestion du service et d'accompagnement des utilisateurs doivent être pensés dans un contexte d'intégration avec d'autres services présents sur le territoire ou pressentis (qu'ils concernent le covoiturage et les transports ou d'autres thématiques), notamment dans le long terme en vue d'une pérennisation de l'initiative.
- Répliquer le service proposé sur divers bassins d'utilisateurs : il est intéressant d'élargir le territoire d'expérimentation pour intégrer des contextes différents (i.e. rural et péri-urbain) et pour tester le fonctionnement du service avec plusieurs profils d'utilisateurs (personnes âgées et jeunes en réinsertion par exemple). Cela permettrait d'accroître la base d'utilisateurs et d'expérimenter des cas d'usages plus variés.



POINTS DE VIGILANCE

♦ Contexte externe et soutien des collectivités

La pluralité d'acteurs locaux (institutionnels et associatifs) et le tissu d'initiatives apportent une grande richesse et un dynamisme important mais impliquent également une gouvernance complexe dans laquelle s'intégrer.

Il est très important que les collectivités locales portent l'initiative et supportent les partenaires locales (i.e. les structures associatives), en termes de relais de l'information et aussi de ressources et moyens.

♦ Noyau minimum et profil de bénévoles

Le nombre de bénévoles est un aspect critique. Préalablement au lancement du service, il est nécessaire d'avoir un panel minimum de bénévoles inscrits et disponibles. Cela permet de répondre positivement aux premières demandes de déplacement reçues de la part des premiers utilisateurs du service.

Le profil des bénévoles est également une question à traiter, car souvent leur profil est assez homogène (personnes âgées et retraitées), ce qui ne permet pas toujours d'adapter l'offre aux souhaits et profils des utilisateurs, en termes d'agenda, d'intérêts communs, etc.

♦ Utilisation limitée du numérique

Le facteur humain reste central et l'utilisation des solutions digitales reste limitée, tant pour les agents des structures partenaires que pour les utilisateurs.

♦ Pérennisation de la solution

Dès les premières phases du projet, il est très important de bâtir la stratégie visant la pérennisation du service, en termes de gestion et financiers.

♦ Respecter le planning

Il est important d'anticiper les besoins, par exemple en termes de communication et de recrutement des bénévoles, afin de pouvoir "être prêts" lors du lancement des expérimentations sur le terrain.

Les outils numériques doivent être testés préalablement au démarrage de l'expérimentation et doivent fonctionner correctement, sans bugs et de manière fluide, dès le premier jour de mise à disposition du service au public et aux agents.





Formation Insertion Travail

EN PARTENARIAT AVEC :

Clermont Auvergne Métropole

Direction départementale
des territoires de Haute-Loire

Syndicat mixte des transports
en commun (SMTC)

Vélo-Cité 63



2 territoires d'intervention :

Métropole de Clermont-Ferrand

21 communes / 6 530 km² / 294 127 habitants

Département de la Haute-Loire

257 communes et 11 intercommunalités /

4 977 km² / 226 000 habitants

Villes principales : Le Puy-en-Velay,
Monistrol-sur-Loire, Yssingeaux, Brioude

Territoire à énergie positive
pour la croissance verte (TEPOS-CV)

Plan climat air énergie territorial (PCAET)
depuis 2014

Schéma de transition énergétique et écologique
en cours d'élaboration



CONTEXTE

Un territoire urbain et péri-urbain d'une part, un territoire plus contrasté comprenant de larges secteurs ruraux d'autre part, expérimentent depuis 2019 un dispositif de vélo-école. Celui-ci est destiné, pour Clermont Auvergne Métropole, à réduire le phénomène d'autosolisme dans les déplacements quotidiens et pour la Haute-Loire, à faciliter l'utilisation d'un nouveau mode de déplacement dans des zones à faible densité de population. Dans un territoire comme dans l'autre, le principe est que la pratique du vélo, a fortiori la remise en selle, nécessite un accompagnement.

LES ACTIONS MENÉES

VÉLO-ÉCOLE DE CLERMONT AUVERGNE MÉTROPOLE

La vélo-école dispose d'un lieu de formation sécurisé, qui accueille, en dépit de la crise sanitaire, 50 participants par mois en moyenne (taux record en septembre 2020 avec 130 participants). Le projet avance rapidement avec une recherche concluante de partenaires : acteurs de l'insertion et du handicap, centre communal d'action sociale, Ville de Clermont-Ferrand, centre hospitalier universitaire, Syndicat mixte des transports en commun (SMTC), Préfecture du Puy-de-Dôme, Centre d'information sur les droits des femmes et des familles (CIDFF), établissements scolaires...

Les deux années de mise en œuvre du projet ont montré sa pertinence notamment auprès des publics précaires. Le vélo s'inscrit alors dans un parcours plus global de mobilité ayant pour objectif l'insertion professionnelle des personnes accompagnées.

Trois axes de développement se dessinent progressivement pour la vélo-école : Il s'agit des actions à mener auprès du public en insertion, des entreprises et des écoles primaires.

Le dispositif a bénéficié de l'acquisition de quatre trottinettes électriques et a reçu cinq vélos à assistance électrique, ce qui va permet d'étoffer l'offre de formation.

VÉLO-ÉCOLE DE LA HAUTE-LOIRE

La formation proposée s'appuie sur un atelier mobile organisé dans des lieux protégés où sont accueillis principalement des publics en difficulté (demandeurs d'emploi, allocataires du RSA...). Des conventions ont été signées avec des acteurs du handicap, les centres de loisirs du territoire. Des interventions sont menées en milieu scolaire et dans les centres d'accueil de demandeurs d'asile. Des discussions ont été engagées avec la Communauté d'agglomération du Puy-en-Velay.

ACTION INNOVANTE

L'apprentissage du vélo comme vecteur d'insertion

Le vélo s'inscrit au sein de parcours individualisés et adaptés aux besoins de chacun en lien direct avec leur projet professionnel.

La vélo-école se veut inclusive et intervient auprès de partenaires très divers : associations, entreprises, services de l'État, acteurs du handicap, écoles...

Après deux ans d'existence, elle peut s'intégrer au système vélo de chaque territoire.



BILAN

Le bilan sur deux ans fait état de plus de 1 400 personnes formées sur les deux territoires concernés (l'objectif était de 1000 personnes). D'importantes actions de communication ont été menées, comprenant des opérations de promotion lors d'une étape du Tour de France, sur la place de Jaude à Clermont-Ferrand ou encore à la gare de Riom.



FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- ◆ Être identifié comme un acteur de la mobilité solidaire ou inclusive.
- ◆ Inscrire la vélo-école dans une offre mobilité (ex : dans le cadre de l'offre d'une AOM ou "plateforme de mobilité").
- ◆ Pouvoir activer un large réseau d'associations, d'acteurs publics, d'entreprises...
- ◆ Adapter les propositions d'interventions aux objectifs spécifiques de chaque partenaire.
- ◆ Communiquer via les médias locaux.
- ◆ Proposer un service intégralement financé dans le cadre des CEE.

POINTS DE VIGILANCE

- ◆ Assurer un suivi individualisé pour permettre à chacun de réaliser ses objectifs personnels liés au vélo.
 - ◆ Rester en permanence dans une logique partenariale pour s'adapter aux besoins de chacun.
- Des infrastructures vélo encore peu incitatives au changement de pratiques de mobilité.
- ◆ La nécessité de faire évoluer le regard des décideurs sur la pratique du vélo.
 - ◆ Les freins institutionnels à la mise en œuvre d'une véritable politique vélo.



EN PARTENARIAT AVEC :

Agence Écomobilité
Savoie Mont-Blanc

Communauté d'agglomération

38 communes

139 572 habitants

Territoire à énergie positive
pour la croissance verte (TEPOS-CV)
*mutualisé avec Grand Annecy, Grand Lac
et le Parc naturel régional des Bauges*

Plan climat air énergie territorial (PCAET)
depuis 2020

Label Cit'ergie 2019-2023

CONTEXTE

La Communauté d'agglomération du Grand Chambéry promeut une vision globale des mobilités sur son territoire, misant sur l'intermodalité et la complémentarité des modes de déplacement. L'un des enjeux est donc d'offrir une information la plus complète possible et d'inciter les habitants, notamment les publics fragiles, à mieux connaître et à mieux utiliser l'ensemble de la palette de solutions de mobilités proposées.

LES ACTIONS MENÉES

LOCATION DE VÉLOS À ASSISTANCE ÉLECTRIQUE À TARIF SOLIDAIRE

Dix vélos à assistance électrique ainsi que du matériel (casques, cadenas...) ont été acquis pour la location ; deux vélos ont été mis à disposition à la Maison France Services au Châtelard (massif des Bauges). Des structures partenaires (Pôle emploi, mission locale, foyer de jeunes travailleurs, structures d'insertion...) ont été informées de l'existence de ce service, afin qu'elles en fassent la promotion auprès de leurs publics respectifs. À partir de juin 2020, 25 personnes en insertion professionnelle ont bénéficié du service de location pour un montant de 0,50 € par jour, et 29 autres ont pu essayer ce moyen de déplacement sur des temps dédiés.

ATELIERS MOBILITÉ, VÉLO-ÉCOLE ET AUTORÉPARATION

Une soixantaine d'ateliers mobilité, à destination du public précaire, ont été organisés au sein de diverses structures partenaires (Afp, Plie, Esat...), destinés à informer les participants sur l'ensemble de l'offre de mobilités dans le Grand Chambéry. Un atelier sécurité vélo a été destiné à un groupe de femmes de l'Association Quartier Centre-Ville (AQC). Deux cursus mobilité constitués d'un bilan mobilité et de quatre ateliers thématiques ont été organisés, en lien avec les conseillers mobilité Wimoov. Par ailleurs, 180 séances de vélo-écoles ont eu lieu, ainsi qu'une trentaine d'ateliers de réparation de vélo dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville, auxquels ont participé 305 personnes. Au total, près de 830 personnes ont bénéficié des actions mises en place.

FORMATION ET GUIDE MOBILITÉ

Un guide mobilité, regroupant l'ensemble de l'offre de mobilité du territoire, a été édité à l'attention des travailleurs sociaux. Ils ont également été invités à participer à une formation en visio-conférence destinée à les sensibiliser aux questions de mobilités. Au total, 57 partenaires ont participé à cette formation et plus de 200 guides ont été distribués.



ACTION INNOVANTE

Une tarification solidaire pour la location de vélo

La location de vélo à assistance électrique est un service traditionnellement réservé à une classe sociale aisée. La mise en place d'une tarification solidaire par Grand Chambéry a été bénéfique aux publics ne pouvant pas accéder à ce type de service compte tenu de leurs revenus et/ou de leur situation précaire. Vrai coup de pouce pour accéder à la mobilité active et individuelle pour des personnes non motorisées, l'opération a également permis de dimensionner une aide à l'achat pour les vélos à assistance électrique, adaptée au public précarisé.

BILAN

Sur l'ensemble du programme, près de 830 personnes ont participé aux ateliers mobilité, réparation de vélos et vélo-écoles. 57 travailleurs sociaux ont participé à la formation sur les actions de mobilité (formant à leur tour d'autres personnes) et une vingtaine de personnes ont bénéficié de la location de vélo à assistance électrique à tarif solidaire.

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

◆ Location de vélos

La création d'outils de communication (affiches et flyers).

La création d'une fiche d'orientation afin que les partenaires puissent orienter les personnes éligibles à la location.

La présentation de l'action aux prescripteurs.

L'augmentation de l'utilisation du vélo a aidé à l'appropriation de l'action par les prescripteurs et bénéficiaires.

Les prescripteurs ont été un vrai relai de l'information auprès des bénéficiaires.

Cette action répond bien aux besoins de mobilité des personnes l'ayant expérimentée.

Le lien direct avec la vélostation, nous aide à gérer cette action (location), mais permet aussi un suivi de l'état des vélos et de faire les réparations en cas de besoin.

Un questionnaire a permis de faire remonter les besoins et attentes de usagers. Suite au questionnaire, une aide achat VAE a été calibrée à hauteur des attentes de usagers ayant des petits revenus (750 € pour un VAE et 1 000 € pour un vélo cargo).

Les essais de vélo à assistance électrique (sur un temps court ou une journée lors de rallye vélo) permettent de faire connaître ce service et de tester ce mode de transport sur un trajet connu.

La mise à disposition de vélo à assistance électrique au Coeur du massif des Bauges a pu répondre aux besoins de mobilité des personnes (en insertion ou non). Nous avons fait varier le nombre de vélos à assistance électrique mis à disposition, en fonction des besoins des publics (davantage en été qu'en hiver).

L'idée serait de proposer en complément une location de vélo classique à tarif solidaire.

Proposer un accompagnement spécifique à la suite de la location.

Il serait nécessaire de communiquer plus régulièrement sur l'action auprès des prescripteurs, les équipes variant au fil du temps.

◆ Accompagnements

La mise en place d'un partenariat dès le début du programme facilite un déploiement rapide de l'action.

Les partenaires sont des relais auprès des bénéficiaires (motivation, rappel du cadre de la vélo-école, des horaires, lieux de rendez-vous...).

Importance de l'expérimentation et de la répétition dans l'acquisition de compétences mobilité.

Les ateliers réparation vélos rencontrent un bon succès, car ils sont bien situés dans les quartiers, sont visibles, réguliers, et les acteurs locaux (toujours présents) permettent de bien relayer l'information.

Systématiquement proposer aux structures 2 demi-journées d'ateliers mobilité (l'une théorique et l'autre pratique).

◆ Accompagnement des travailleurs sociaux

Proposer des soutiens souples (de type réunion en visio) pour les formations.

Proposer une diffusion large du guide (pas seulement aux prescripteurs), à destination des partenaires publics liés aux usagers (mairies, office de tourisme, etc.) ou à la mobilité (employeurs, etc.).

Les liens avec l'important réseau de partenaires et de contacts déjà existants permettent de bien connaître les besoins, de répondre à la demande et d'adapter les supports (cf. guide mobilité).

POINTS DE VIGILANCE

◆ Location de vélos

Il serait nécessaire de communiquer plus régulièrement sur l'action auprès des prescripteurs, les équipes variant au fil du temps.

Il est important de bien suivre les personnes qui effectuent la location, pour savoir où elles en sont, quels bénéfices elles y trouvent, et quels sont leurs besoins, notamment pour la suite.

◆ Accompagnements

L'assiduité des participants est meilleure lorsque le groupe est constitué en amont par les partenaires.

L'expérimentation d'ateliers en milieu rural permet de comprendre les réalités de mobilité du public dans cet environnement mais force est de constater que les solutions concrètes manquent encore.

◆ Accompagnement des travailleurs sociaux

Il est nécessaire de mettre à jour régulièrement le guide mobilité produit à cette occasion en raison de l'évolution rapide de l'offre de mobilité sur le territoire, et d'en informer régulièrement les partenaires.



3 territoires d'intervention :

Département d'Haute-Savoie

279 communes / 21 intercommunalités
4 388 km² / 816 700 habitants
Villes principales : Annecy, Annemasse
et Thonon-les-Bains

Département d'Isère

12 communes / 18 intercommunalités
7 431 km² / 1 263 560 habitants
Villes principales : Grenoble, Saint-Martin- d'Hères,
Échirolles, Vienne et Bourgoin-Jallieu

Département de Savoie

273 communes / 17 intercommunalités
6 028 km² / 433 720 habitants
Villes principales : Chambéry,
Aix-les-Bains, Albertville



CONTEXTE

Association nationale engagée dans la promotion d'une mobilité quotidienne accessible à tous, durable et autonome, Wimoov met en œuvre, sur plusieurs territoires d'Auvergne-Rhône-Alpes, des diagnostics et des expérimentations visant à proposer des solutions de mobilité sur-mesure pour des publics cibles (seniors, personnes en situation de précarité, populations rurales...), dans des territoires alpins caractérisés par une faible offre de transport public et donc une forte dépendance à la voiture individuelle.

LES ACTIONS MENÉES

DIAGNOSTICS ET ACCOMPAGNEMENT

En Isère et en Savoie, le dispositif déployé consiste à proposer un état des lieux individuel de la mobilité d'une personne en parcours d'insertion socioprofessionnelle. Puis des préconisations pour une mobilité adaptée à ses besoins personnels et professionnels et au territoire dans lequel elle vit. Le tout en réduisant son empreinte environnementale. Deux conseillers ont été recrutés pour mener à bien cette mission dans chaque département. Au total, près de 90 personnes ont été accompagnées en 2019.

LA CIBLE DES SENIORS

L'action cible des personnes de plus de 60 ans qui ne travaillent pas ou plus, et bénéficient des minima sociaux, soit 2 960 personnes identifiées en Haute-Savoie et 6 970 en Isère. L'objectif est d'inciter ces seniors à moins utiliser la voiture, au profit de modes de déplacement actifs plus bénéfiques à leur santé, à leur autonomie et à leur sociabilité.

Deux conseillers mobilité ont été recrutés et formés, un dans chaque département. Les partenaires locaux ont été identifiés (acteurs de la vieillesse, collectivités, associations...).

43 ateliers mobilité à destination des publics seniors ont été animés en Isère, Savoie et en Haute-Savoie en 2020 et 2021 et 12 ateliers à destination des professionnels.

TRANSPORT MICRO-COLLECTIF

La Savoie, la Haute-Savoie et cinq communautés de communes de l'Isère (Vals du Dauphiné, Balcons du Dauphiné, Collines du Nord Dauphiné, Lyon Saint-Exupéry en Dauphiné et Portes de l'Isère) sont concernées par le déploiement de ce dispositif. Deux conducteurs ont été recrutés dans chaque département, ainsi qu'une chargée de projet et une coordinatrice.

ACTION INNOVANTE

Un outil numérique original

Le diagnostic s'appuie sur un outil numérique innovant appelé « WIN » :

- > il est accessible par le prescripteur, le bénéficiaire ainsi que le conseiller mobilité ;
- > il est déployé à la fois de manière numérique, téléphonique et physique ;
- > il intègre une traçabilité de chaque accompagnement, du diagnostic aux actions mises en œuvre ;
- > il est alimenté par des fiches ressources et une cartographie ;
- > il permet de mesurer l'impact énergétique de chaque action.

BILAN

201 séniors ont été accompagnés sur 2020 et 2021 en Isère, Savoie et Haute-Savoie par une des deux conseillères mobilité séniors. L'activité en cours de déploiement sur ces départements a été fortement impactée par le contexte sanitaire.

304 personnes ont eu accès au service de transport micro-collectif de mi-septembre 2020 au 30/11/2021 sur l'Isère et les deux Savoies.

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

◆ Diagnostics de mobilité et accompagnement individuel ou collectif vers une mobilité adaptée et durable

L'intégration de la mobilité inclusive, dans un parcours d'accompagnement socio professionnel est un véritable enjeu dans ce dispositif. En quoi l'absence de mobilité (financier, cognitif, matériel) peut être un frein à l'insertion sociale et ou professionnelle ? le véritable défi de cette action est en amont de tout accompagnement, la sensibilisation des partenaires : par leur intermédiaire, grâce à leurs orientations des publics.

Le partenariat avec les prescripteurs sociaux est un facteur clé de la réussite de ce dispositif.

Le temps avec les partenaires ne doit pas être négligé car ce sont ces professionnels qui orientent les publics et assurent le "pré-diagnostic", en d'autres termes le repérage de terrain afin de permettre de prendre en charge ensuite les publics en difficulté de mobilité.

L'action peut se développer grâce à la connaissance de l'offre de mobilité des territoires : chaque conseiller mobilité est affecté à une zone géographique pour laquelle il est le référent à la fois pour les partenaires et pour les publics. Il se doit de connaître l'offre pour permettre un accompagnement adapté aux besoins des publics.

◆ Diagnostic de territoires et expérimentation d'actions mobilité en direction des séniors

La prise en charge des séniors a été possible grâce à une mobilisation importante des acteurs du territoire : professionnels de santé, activités paramédicales, acteurs de la mobilité, structures d'accueil et résidences spécialisées, partenaires sociaux, structures de loisirs, ... tous les acteurs susceptibles d'intervenir auprès de ce public et sur les territoires concernés ont été contactés.

Pour cela, plusieurs méthodes ont été utilisées par les conseillères mobilité : la participation à des événements organisés dans le secteur du loisirs (tels que forum des associations, journée portes ouvertes, ...), ou encore par des professionnels du secteur (tel que le Gérontopôle AURA entre autres), la prise de contacts téléphoniques, la diffusion de plaquettes de communication (générique, ou encore spécifiques aux ateliers) créées pour ce dispositif, et la constitution d'un fichier contacts afin de les tenir informés des modalités de prise en charges, des ateliers thématiques et des dates.

Enfin, l'intervention en réunion d'équipe dans des structures spécifiques afin de sensibiliser les partenaires aux enjeux de mobilité et les informer des missions du conseiller mobilité.

L'expérimentation menée a permis l'émergence de nouveaux axes de travail pour le conseil en mobilité. Ainsi les formations en éco conduite ou les accompagnements pour apprendre à sécuriser les déplacements sont très mobilisateurs. Les mises en situation sont essentielles notamment pour les transports en commun, les transports adaptés et les déplacements piétons. De même que l'"aller-vers", notamment les permanences dans des structures et les visites à domicile pour les bilans individuels.

La dimension collective permet de dédramatiser certaines situations et incite de façon ludique et dans une ambiance joviale les personnes présentes à partager leurs expériences, leurs connaissances. À cela s'ajoute un accompagnement individuel, indispensable selon les situations. Il permet d'évoquer des situations ou des difficultés plus personnelles sans avoir la crainte d'être jugé.

Intégrer l'accompagnement mobilité à des sorties loisirs, culturelles. Cet objectif, ce motif de sortie permet de donner du sens aux accompagnements et rendre concret les préconisations.



◆ Transport micro-collectif Isère, Savoie et Haute-Savoie

Ce dispositif a permis d'apporter une solution de mobilité à des publics totalement démunis en termes de mobilité. Les retours des partenaires sont positifs. Cette offre a permis, de répondre à un besoin non couvert par d'autres dispositifs sur ces territoires. Il était dans la majorité des demandes, l'ultime solution pour se rendre à un rdv.

Ce service de transport micro collectif pourrait être envisagé sur des territoires plus restreints et à des horaires de passage fixes. Il pourrait ainsi permettre de rapprocher ces bénéficiaires d'un réseau de transport existant autre, telle qu'une gare ferroviaire ou routière, en excluant le porte à porte.

L'échelle envisagée et la plus réaliste serait celle d'une, deux ou trois communautés de communes.

Si l'on veut que ce service réponde aux besoins des personnes en insertion socioprofessionnelle, il est nécessaire que l'amplitude horaire soit importante avec un démarrage à 7h et une fin à 18h30.

POINTS DE VIGILANCE

◆ Diagnostics de mobilité et accompagnement individuel ou collectif vers une mobilité adaptée et durable

Les équipes de conseillers doivent régulièrement retourner dans les structures chargées de l'accompagnement socio professionnel afin de sensibiliser les nouveaux professionnels dans les équipes aux enjeux de mobilité.

◆ Diagnostic de territoires et expérimentation d'actions mobilité en direction des seniors

La mobilisation des publics seniors est difficile : en effet les habitudes des seniors sont parfois très ancrées, la thématique est aussi récente et nécessite un travail de sensibilisation important avant de pouvoir "capter" ces publics.

L'adhésion des publics reste encore très fragile : un grand nombre de personnes restent encore réticentes à faire venir à leur domicile des conseillers pour évoquer leur mobilité. Cette difficulté reste moins marquée pour mobiliser des seniors pour des ateliers collectifs réalisés dans des structures partenaires mais reste une réalité. L'instauration d'une relation de confiance entre le conseiller mobilité et la personne accompagnée est primordiale. Lors des recrutements de nos conseillers, outre la dimension connaissance des enjeux de mobilité, des compétences d'animation d'atelier et d'entretien individuel, l'écoute et l'échange sont des qualités indispensables.

◆ Transport micro-collectif Isère, Savoie et Haute Savoie

La principale difficulté rencontrée concerne les motifs d'accès à ce service : à son lancement, le service devait répondre à un besoin ponctuel, ou à une urgence dans l'attente d'une autre solution de mobilité. Or une part importante des bénéficiaires orientés l'étaient pour se rendre en formation ou en stage, des trajets amenés à se répéter sur une voire plusieurs semaines. Cela a donc nécessité de revenir vers le réseau des partenaires afin de les tenir informés de cette ouverture.

La gestion des plannings des conducteurs et l'organisation de transport collectif sont une difficulté majeure dans la mise en œuvre de cette offre de transport micro collectif : en effet la couverture géographique étant très large, la probabilité de combiner le transport de deux personnes différentes voire plus, était faible.

Malgré de nombreuses recherches, prises de contact avec de nouveaux partenaires, la construction de nouveaux modèles économiques et les conditions de pérennisation sont très difficiles à réunir pour garantir la poursuite de ce dispositif.



EN PARTENARIAT AVEC :

Rezo Pouce
Mountain Wilderness
Smmag
Pays voironnais
Grand Chambéry
Master géographie et Rando club
de l'université Grenoble Alpes
Citiz
Ageden

Parc naturel régional

767 km²

46 300 habitants

60 communes adhérentes

Territoire à énergie positive
pour la croissance verte (TEPOS-CV)
avec le Pays voironnais depuis 2017

CONTEXTE

Sur le territoire du Parc naturel régional de Chartreuse, 39 % des consommations énergétiques sont liées aux transports, huit déplacements sur dix sont réalisés en voiture et 17 % du budget des ménages sont consacrés aux mobilités. Les transports en commun ne peuvent assurer un service aussi maillé que dans les zones plus denses, aussi l'accès aux transports constitue-t-il un enjeu fort, ce qui a incité le Parc à travailler sur la massification des déplacements en voiture, à travers le développement de l'autostop, du covoiturage et de l'autopartage.

LES ACTIONS MENÉES

ANIMATION DU RÉSEAU DES AMBASSADEURS

Le Parc a lancé un réseau d'ambassadeurs de la mobilité afin de réunir élus, associations, habitants pour échanger sur la thématique de la mobilité.

Cinq réunions dont une en présentiel ont eu lieu cette année. Elles ont rassemblé une trentaine de personnes réparties sur une vingtaine de communes du massif. Ce réseau a pour objectif d'accompagner les communes sur leurs projets et de partager les retours d'expériences sur des territoires aux enjeux similaires.

Les réunions portaient sur des thématiques comme les solutions et les initiatives locales en matière de covoiturage, l'autopartage entre particuliers, l'élaboration et la diffusion d'une enquête sur la mobilité à l'échelle communale ou encore l'écomobilité scolaire en Chartreuse.

LANCEMENT D'UNE DÉMARCHE SUR L'AUTOPARTAGE ENTRE PARTICULIERS

Sur la base des échanges avec les participants du réseau des ambassadeurs, il a été convenu d'expérimenter une solution visant à promouvoir le partage de véhicules entre particuliers. Deux questionnaires ont été diffusés sur deux communes afin de sonder les habitants concernant cette solution. Le Parc va donc solliciter un accompagnement auprès d'un bureau d'études pour assurer la mise en place technique (contractualisation avec une assurance spécifique, accompagnement à la création de groupes d'autopartage).

Cette action permet de proposer un système d'autopartage qui fonctionne à l'échelle de hameaux et de villages peu denses pour lesquels il est généralement compliqué d'atteindre la masse critique d'utilisateurs dans le cadre de solutions d'autopartage classiques.

PROMOTION DE L'AUTOSTOP ORGANISÉ

Le Parc déploie et anime le dispositif d'autostop organisé Rezo Pouce sur son territoire depuis 2017. Au cours du programme PEnD-Aura+, trois nouvelles communes se sont inscrites au service. En parallèle, le Parc a confié à un groupe de 11 étudiants du Master géographie de L'université Grenoble Alpes le soin de conduire une étude d'évaluation du dispositif. Il en ressort notamment que 50 % de la population connaît Rezo Pouce, et que moins de 25 % des inscrits sont utilisateurs réguliers.

En complémentarité avec ce travail d'évaluation du dispositif, le Parc a poursuivi les actions visant à animer la pratique de l'autostop sur plusieurs événements dont

« J'peux pas j'ai rando » (animation avec le club rando de l'université dans la réserve naturelle des Hauts de Chartreuse avec retour en autostop).

LANCEMENT D'UN DIAGNOSTIC MOBILITÉ INTER-ÉTABLISSEMENTS SUR LE CŒUR DE CHARTREUSE

Le Parc, en partenariat avec l'AGEDEN et la Communauté de communes Cœur de Chartreuse, accompagne 6 structures, représentant environ 500 employés, dans la réalisation d'un diagnostic des déplacements de leurs salariés. L'objectif est d'avoir une meilleure connaissance de la répartition géographique des salariés et d'examiner la pertinence pour l'établissement de mener des actions mobilité ciblées sur certains modes de transport dans une logique inter établissement.

ACTION INNOVANTE

Un minibus partagé solidaire

Le Parc, sur sollicitation d'une commune du massif, a accompagné un centre communal d'action social dans le montage d'un projet visant à acquérir et mettre en partage un minibus 9 places. Ce minibus est mis en autopartage grâce à une contractualisation avec la SCIC Citiz. Le CCAS l'utilise afin de réaliser les déplacements dans une logique de service de mobilité solidaire (portage de repas, à domicile transport à la demande, navette pour la distribution alimentaire). Par ailleurs, le minibus peut être utilisé par les particuliers et les professionnels. Pour calibrer le projet, plusieurs réunions ont eu lieu avec une dizaine d'associations, les aides à domicile, les acteurs du tourisme et un questionnaire a été diffusé avec, à ce jour, une centaine de réponses.

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- ◆ La motivation des élus et la dynamique importante au niveau local avec de nombreuses initiatives portées par les habitants.
- ◆ Une bonne coopération avec les EPCI partenaires, au nombre de 7 sur le territoire du PNRC, avec des échanges réguliers au niveau technique a permis de jouer sur les complémentarités concernant les actions mises en place.
- ◆ Le financement à 100% du programme (pour les postes de dépenses sous-traitance et ingénierie) a permis de gagner en efficacité et de pouvoir assurer une certaine flexibilité et ainsi s'adapter aux évolutions sur le terrain.
- ◆ Le réseau impulsé et animé par AURA-EE et les échanges réguliers avec les partenaires.
- ◆ L'interdépendance entre la sensibilisation et l'expérimentation de solutions concrètes. Les actions portées par le Parc sont généralement très

axées sur le volet animation et communication. Néanmoins, il est compliqué de promouvoir un déplacement sans voiture individuelle quand il existe peu de solutions alternatives. Le Parc, en complémentarité et en coordination avec les AOM locales, a donc profité du programme PEnD-Aura+ pour développer de nouveaux services à l'échelle micro-locale au titre de l'expérimentation.

- ◆ La mobilisation des acteurs : solliciter et mobiliser les acteurs et habitants peut être très chronophage et énergivore (sur un stand, une réunion, une visio, une animation). Il est nécessaire de bien cibler les actions et les acteurs pour gagner en efficacité. Exemples : réunion des ambassadeurs en visio pour éviter le temps de trajet aux personnes, s'appuyer sur des tiers-lieux/ associations pour les projets avec des personnes prêtes à s'intéresser à ces sujets et plus proches du changement de comportement effectif, s'appuyer sur les élus moteurs.

POINTS DE VIGILANCE

- ◆ La loi LOM et la question de la prise de compétence a reconfiguré le jeu d'acteurs et la gouvernance. Le Parc, territoire de projet, non doté de la compétence, a donc dû s'adapter au positionnement des différentes EPCI partenaires au cours du programme. Par ailleurs, cette prise ou non prise de compétence entraîne une certaine complexité dans la capacité d'action et un manque de lisibilité pour bon nombre de collectivités puisque la compétence mobilité doit s'articuler avec les compétences voiries et tourisme (mobilités touristiques) qui sont généralement du côté des communes et EPCI.
- ◆ Les freins à l'expérimentation : pour certains projets innovants, difficultés d'ordre technique, juridique et moyens humains souvent limités. La question des assurances pour mettre en place ce type de projets est un sujet central. Il existe, à ce jour, peu d'assurances et plus globalement de cadres juridiques, qui permettent de développer des projets adaptés aux spécificités des zones rurales qui se trouvent être hybrides et parfois hors cadre/ non conventionnels. Ex. : minibus partagé
- ◆ Les différences de temporalités : mobilisation des acteurs et des élus, programmes de financement, rythme des collectivités, etc.
- ◆ La pérennisation des actions : le changement de comportement prend du temps et se fait par étapes.



Photo Alain Doué © BB 39



EN PARTENARIAT AVEC :

Agence Écomobilité
de Chambéry

Cisca

Université
de Clermont-Ferrand



Territoires d'intervention :
Département du Puy-de-Dôme

464 communes

7 970 km²

656 643 habitants

Villes principales : Clermont-Ferrand,
Riom, Issoire, Thiers, Ambert

CONTEXTE

Dans le département du Puy-de-Dôme, composé d'une agglomération importante et de vastes zones rurales à caractère montagnard, pour venir en aide aux publics en insertion ou en recherche d'emploi éprouvant des difficultés de mobilité pour des raisons diverses (économiques, sociales, psychologiques...), quatre associations spécialisées se sont regroupées au sein de la Plateforme Mobilité 63 (sous forme associative) afin de proposer une offre territoriale globale et cohérente. L'objectif de la Plateforme Mobilité du Puy-de-Dôme est de proposer aux personnes en difficulté de mobilité un parcours personnalisé débutant par un bilan de compétences mobilité, puis des solutions permettant de travailler les questions des "savoir bouger" et "pouvoir bouger". Des solutions d'écomobilité ont été intégrées aux parcours, elles prennent tout leur sens pour ces publics qui, n'ayant souvent pas le permis de conduire, sont de fait des utilisateurs "naturels" des mobilités écoresponsables.

LES ACTIONS MENÉES

SENSIBILISATION AUX MODES DE DÉPLACEMENT ALTERNATIFS ET SOUTIEN À LA CONSTRUCTION OU À LA MISE EN PLACE DE SOLUTIONS NOUVELLES

Le personnel de la plateforme a été formé par l'Agence Écomobilité de Chambéry. Un diagnostic écomobilité a été élaboré et ajouté au bilan de compétence déjà réalisé afin de connaître les modes de déplacement des bénéficiaires de la plateforme. La PFM63 a également conçu plusieurs outils d'animation et ateliers pédagogiques (ateliers et de formation, jeux de cartes sous forme de quizz, supports pédagogiques...) qui sont proposés aux bénéficiaires sur l'ensemble du département via les

associations membres. Un inventaire de l'ensemble des dispositifs et des acteurs de la mobilité inclusive et durable a été réalisé, des cartes des différents bassins de mobilité reprenant l'ensemble des offres de services de mobilité des territoires (dont aires de covoiturage, lignes de transport...) a également été réalisé. Des supports de communication comme des kakémonos, la refonte du site internet et la mise en place d'une newsletter permettront de sensibiliser plus largement aux modes de déplacements alternatifs.

ÉLABORATION D'UN DIAGNOSTIC MOBILITÉ ÉCORESPONSABLE À DESTINATION DES ENTREPRISES

Une méthodologie de projet a été mise en place comprenant les entreprises, un diagnostic écoresponsable et des outils d'animation et de formation ont été élaborés. Plusieurs démarches partenariales avec des entreprises ou des collectivités territoriales ont été amorcées permettant ainsi de former et de sensibiliser le monde de l'entreprise, les professionnels et élus des territoires aux enjeux de l'écomobilité. Plus spécifiquement, l'ensemble des professionnels du réseau du Plan local pour l'insertion et l'emploi (PLIE) de Clermont Auvergne Métropole ont suivi une formation à l'écomobilité avec des ateliers pratiques.



ACTION INNOVANTE

Vers un territoire à mobilité inclusive (tami)

La Plateforme Mobilité du Puy-de-Dôme a noué un partenariat avec le Centre d'innovations sociales Clermont-Auvergne (Cisca) et l'Université de Clermont-Ferrand pour développer une démarche « Tami ».

Un Tami intègre, dans son offre de mobilités, les besoins des plus fragiles (habitants des zones enclavées, personnes en insertion et demandeurs d'emploi, personnes en situation de précarité, âgées ou handicapées...).

Un accompagnement de la Communauté de communes de Chavanon Combrailles et Volcans a été réalisé en fin de programme. Trois ateliers ont ainsi été réalisés dans le but de travailler sur la résilience et la mobilité inclusive du territoire.

Atelier 1 : Comprendre, Agir et Organiser la résilience de la collectivité : Les enjeux de l'adaptation aux changements climatiques.

Atelier 2 : Quelles solutions de mobilité pour le territoire ?

Atelier 3 : Construire les solutions de mobilité de demain.

Ces 3 ateliers ont permis d'enclencher un partenariat avec la PFM 63 en 2022.

Un projet de communauté de covoiturage est en cours sur ce territoire.

BILAN

Plus de 2000 personnes ont été sensibilisées aux modes de déplacement écoresponsables (objectif de 1720 personnes).

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

◆ Sensibilisation aux modes de déplacements alternatifs et soutien à la construction ou mise en place de solutions nouvelles

Un réseau d'acteurs très important.

Une connaissance fine du territoire.

Un vrai besoin avec un public empêché de mobilité de plus en plus important.

Se concentrer sur les ateliers qui ont un impact bien plus important que les diagnostics, que ce soit auprès des bénéficiaires ou des conseillers mobilité.

◆ Créer un diagnostic mobilité éco-responsable à destination des entreprises

Les temps d'action/formation représentent un enjeu particulier pour faire changer les mentalités et tisser des partenariats durables dans la perspective de mettre en place des projets concrets d'écomobilité.

Un financement à 100 % des actions menées.

Solliciter davantage les EPCI même s'ils ne sont pas autorités organisatrices de la mobilité.

POINTS DE VIGILANCE

◆ Sensibilisation aux modes de déplacements alternatifs et soutien à la construction ou mise en place de solutions nouvelles

Prendre le temps de construire les outils de suivi et les processus pour que ceux-ci soient assimilés par l'ensemble des collaborateurs.

La création des différents contenus.

La "lenteur" de la mise en place d'actions dans les entreprises et EPCI. Une bonne anticipation doit être faite afin de réaliser dans le temps imparti les actions du programme.

◆ Créer un diagnostic mobilité éco-responsable à destination des entreprises

Anticiper les processus de validation des structures (entreprises et EPCI).

Les questions de mobilité inclusive et durable ne sont pas toujours prioritaires pour les structures.

GENEVOIS FRANÇAIS

Pôle métropolitain

EN PARTENARIAT AVEC :

Wimoov
Égis Conseil
Innovalles
Roule & Co
La Fabrique à Biclou

Pôle métropolitain

117 communes, 8 intercommunalités

7 970 km²

423 283 habitants

Villes principales : Annemasse, Thonon-les-Bains, La Roche-sur-Foron, Bonneville, Saint-Julien-en-Genevois

Territoire à énergie positive pour la croissance verte (TEPOS-CV)

CONTEXTE

Les communes françaises fédérées au sein du Pôle métropolitain Genevois français ont pour point commun de se situer toutes dans l'aire d'influence de Genève. Le territoire qu'elles forment connaît une dynamique démographique extrêmement forte (10 000 habitants de plus chaque année qui génèrent à eux seuls 106 000 déplacements quotidiens supplémentaires) et est concerné, entre autres problématiques, par des enjeux forts en matière de mobilités. Avec par exemple 550 000 passages quotidiens de la frontière franco-suisse et 15 nouvelles voitures mises en circulation chaque jour sur le territoire, le PMGF, compétent en matière de nouvelles mobilités

depuis 2019, mène une double action : contenir les déplacements et accompagner les habitants dans l'appropriation des nouvelles infrastructures (Léman Express, bus à niveau élevé de service, tramways...) en proposant des services tels que l'autopartage ou le covoiturage.

LES ACTIONS MENÉES

COMMUNICATION

Six guides mobilités, adaptés à chacun des territoires du Genevois français, ont été rédigés et ont permis de toucher 330 000 personnes (objectif : 420 000). Leur but : présenter l'ensemble des solutions de déplacement aux différents publics, notamment aux plus fragiles, pour les inciter à opter pour des alternatives à la voiture individuelle. L'élaboration de ces documents s'appuie sur un diagnostic de l'offre et sur des ateliers participatifs. Par ailleurs, la plateforme covoiturage-lemans.org a été optimisée et une campagne d'incitation au covoiturage a été conduite.

ACTIONS EN FAVEUR DU COVOITURAGE ET DE L'AUTOPARTAGE

Un groupe de travail est chargé d'élaborer une tarification solidaire de l'autopartage. Un travail est engagé pour étudier la faisabilité d'une offre de covoiturage, autour de trois projets : la création d'une nouvelle ligne « Ecov » en Haute-Savoie en juin 2021, l'installation d'une borne de recharge de véhicules électriques sur le parking du centre de loisirs et commerces « Vitam » et la valorisation des actions du site covoiturage-lemans.org.



ACTION INNOVANTE

Des ateliers mobilités pour promouvoir des solutions d'écomobilité pour les publics précaires

Les ateliers mobilité ont rencontré un franc succès. Ces temps d'animation nouveaux sur le territoire sont une vitrine pour l'ensemble des solutions de mobilité. Des temps dédiés à chaque solution existante : covoiturage, transport public et tarification, ont permis de sensibiliser et de faire découvrir aux prescripteurs comme aux publics cibles les alternatives à la voiture...

BILAN

40 ateliers étaient prévus initialement. 59 ont été réalisés. En tout, plus de 350 personnes ont bénéficié des ateliers.

Pour les parties-prenantes, le bilan est le suivant :

- > meilleure compréhension des besoins et attentes (freins psycho- sociaux, économiques ou liés à l'offre existante), adaptation des formats d'ateliers ;
- > efficacité de la stratégie de ciblage de groupes captifs (Mission locale, SIAE...) ;
- > opportunité pour Wimoov de développer le volet écomobilité en plus de l'inclusivité.

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

1 ♦ Actions de communication

La réception des guides mobilité est très positive, tant du point de vue des bénéficiaires que de celui des élus, techniciens, prescripteurs sociaux et autres partenaires. Ils constituent un outil de travail très utile dans le cadre des ateliers.

Le « disque de stationnement », outil simple et pratique pour les automobilistes, permet de valoriser le programme PEnD-Aura+ avec une ligne positive et décalée, non culpabilisante qui est très bien accueillie.

La campagne de communication sur Facebook a été réussie et a permis de développer l'audience (du Pôle métropolitain et de la thématique) hors des canaux institutionnels, avec une tonalité plus accessible et ludique. Les réseaux sociaux sont un canal privilégié pour maximiser l'audience de campagnes de communication visant le grand public.

D'une façon générale, l'efficacité de ce type d'accompagnement aux changements de comportement pourrait être accrue en mutualisant et automatisant davantage les moyens et outils.

2 ♦ Ateliers de sensibilisation / formation aux alternatives à la voiture individuelle

Cette action est composée de 4 sous-actions : formation des prescripteurs ; ateliers mobilité ; accompagnement à la mise en place d'un dispositif vélo adapté au territoire.

Formation des prescripteurs

Les retours des participants aux formations sont positifs. Selon le profil de ces derniers, les formations ont permis de sensibiliser des professionnels de la mobilité aux enjeux d'inclusivité, ou à l'inverse, initier des professionnels de l'accompagnement social aux problématiques de mobilité de leurs publics.

Un format de « webinaire », planifié longtemps à l'avance et sur inscription libre pourrait permettre d'attirer davantage de participants – à condition d'être diffusé et communiqué par les bons canaux, afin de ne pas toucher que les initiés mais justement les professionnels insuffisamment sensibilisés.

Ateliers mobilités

Dans une logique d'amélioration continue, l'animation et le contenu de la présentation sont adaptés au fil de l'eau en fonction des retours propres à la conduite des ateliers (thématiques abordées en fonction des publics, degré d'interactivité...). Des tendances ressortent des fiches navettes remplies par les conseillers après chaque atelier et permettent d'identifier les principales difficultés et obstacles au changement de comportement (qui sont dû en partie à un manque effectif d'offre alternative ou à un coût élevé et l'absence de tarif solidaire sur certains services, et en partie à une méconnaissance de l'offre, à des représentations et des freins psycho-sociaux) mais également les points positifs et apports des ateliers (les arguments et thématiques suscitant l'intérêt des participants, les informations sur des offres ou aides financières sont jugées utiles...).

D'une façon générale, les ateliers sont un succès. Pour passer à une échelle supérieure, il serait judicieux d'établir des partenariats avec des structures permettant de systématiser la tenue d'atelier auprès des publics dans le cadre d'un "parcours d'écomobilité". Cela nécessite toutefois une organisation rodée et une disponibilité de nombreux conseillers.

Accompagnement à la mise en place d'un dispositif vélo adapté au territoire

La concertation menée avec les acteurs vélo du territoire a été déjà en soi la démonstration de l'intérêt de réunir tous les acteurs du "système vélo" à l'échelle d'un territoire pour créer des synergies et passer à l'échelle supérieure. Elle fut également l'occasion d'une réflexion commune autour des enjeux et des freins au développement du vélo, ainsi que des actions prioritaires à entreprendre.

Quizz Apprenant grand jeu-concours

L'accompagnement de la communication par des temps d'animation est indispensable pour enclencher l'appropriation.

Les récompenses qui étaient destinées aux gagnants, à savoir des essais de modes de transports alternatifs à la voiture individuelles (LémanPass, abonnements aux transports publics, autopartage entre autres) ont reçu un accueil favorable auprès des personnes et ont contribué à un changement de comportement, tout en levant des craintes liées au changement d'habitudes modales.

3 ♦ Test des mobilités alternatives dans les quartiers prioritaires

L'action 3 était composée de 3 sous-actions : vélo-écoles, ateliers d'autoréparation de vélos, Points infos mobilité. Dans une logique de facilitation et d'optimisation de l'impact de celles-ci, nous avons convenu de grouper les deux premières actions la plupart du temps.

Vélo-écoles et Ateliers d'autoréparation vélo

Ces ateliers se sont bien déroulés et les participants ont été très satisfaits, souvent motivés pour approfondir les initiations reçues. Il ressort toutefois que le format d'1h30 est insuffisant à former les participants, démontrant les limites d'une approche quantitative (un maximum de personnes touchées par une activité courte) plutôt qu'une approche qualitative. De même, concernant les ateliers d'autoréparation, La Fabrique à Biclou constate que les complets néophytes peinent à s'intégrer dans ce format.

Enfin, dans l'organisation des activités, les contraintes sanitaires ont pesé, mais également les difficultés de recrutement de participants pour ces actions qui visent le "grand public" des

quartiers prioritaires et ne s'appuie pas sur des groupes captifs de prescripteurs sociaux. De même, la difficulté à organiser des ateliers le weekend (jours non travaillés ou non engagés pour les bénévoles) réduit les opportunités.

Points Info Mobilité

Plusieurs enseignements peuvent être tirés sur les critères de réussite de ce type d'action : être sur le flux, dans un lieu fortement fréquenté, le week-end de préférence, favoriser les dispositifs interactifs et ludiques avec essais de mobilités comme "produit d'appel" (succès du test de VAE).



4 ♦ Actions en faveur de l'autopartage et du covoiturage solidaires

L'action 4 est composée de 2 sous-actions : tarification solidaire de l'autopartage ; étude de faisabilité du covoiturage solidaire.

Tarification solidaire de l'autopartage

Le groupe de travail a conduit à ajuster le programme : améliorer l'accès à ce mode innovant pour l'ensemble de la population, notamment des publics précaires. Des actions plus opérationnelles et ciblées ont été priorisées par rapport à une modification de la tarification, couplées à une montée en volume grâce à l'implantation de 2 voitures supplémentaires. En effet, nous avons constaté que la meilleure approche reste une communication ciblée et très opérationnelle en local, pour une meilleure appropriation.

D'une façon générale, nous pouvons cependant constater la difficulté de lever les freins à l'utilisation de l'autopartage chez les publics précaires, qui ne sont pas que financiers. L'idéal de la possession de la voiture – restant important malgré le poids budgétaire représenté, comme nous l'avons constaté en ateliers mobilité –, le système de tarification restant peu lisible pour certains, et l'image d'un service réservé aux actifs urbains aisés.

Étude de faisabilité du covoiturage solidaire

Il ressort de nos différentes études et réflexions sur le covoiturage que le service doit être adapté au territoire, à sa densité. Ainsi, l'offre de covoiturage dynamique est appropriée sur des axes où les

origine-destination communes sont assez fortes. Pour les territoires les moins denses, une offre plus souple est nécessaire. Une solution frugale et basée sur l'entraide correspond aux objectifs et contraintes propres à cette offre de service, mais une animation et une communication intensive seront nécessaires pour créer les conditions de sa réussite.

Lors de l'atelier participatif, il a été mis en évidence le fort intérêt des habitants et le nécessaire accompagnement au changement de comportement par des animations locales, de la sensibilisation des jeunes et des adultes et la nécessité de conduire un travail à l'échelle intercommunale.

POINTS DE VIGILANCE

♦ Accompagnement à la mise en place d'un dispositif vélo adapté au territoire

La prise de retard engrangée par l'action retenue de mise en place d'une formation qualifiante de mécanicien vélo, ne permettant pas de la voir se concrétiser pendant le programme, est le symptôme des difficultés de s'appuyer sur des bénévoles. Particulièrement moteurs et essentiels dans l'écosystème du vélo, les associations et leurs bénévoles ne peuvent cependant pas assurer un pilotage fortement structuré ni déployer des moyens humains importants, quels que soit les moyens financiers mis à leur disposition. La leçon principale est la nécessité de faire monter en compétence et professionnaliser les acteurs du vélo, y compris associatifs (restant essentiels), pour massifier et structurer une politique vélo.





EN PARTENARIAT AVEC :

Agence Écomobilité
Savoie-Mont Blanc
Vélodéa

Communauté d'agglomération

28 communes

300 km²

75 876 habitants

Villes principales : Aix-les-Bains,
Le Bourget-du-Lac

Territoire à énergie positive
pour la croissance verte (TEPOS-CV)
avec Grand Annecy, Grand Chambéry
et le Parc naturel régional des Bauges

Plan climat air énergie territorial (PCAET)
en cours d'élaboration

CONTEXTE

La Communauté d'agglomération Grand Lac, qui élabore son plan de mobilité (PDM) pour la période 2023-2033, entend développer l'intermodalité sur son territoire, en dopant l'aménagement d'infrastructures cyclables (7 millions d'euros affectés dans le plan pluriannuel d'investissement 2021-2026) et en incitant à la pratique du covoiturage. À ce jour, la voiture constitue le principal mode de transport (69 %), loin devant les transports en commun (5 %) et le vélo (1 %), dont l'usage est rendu dissuasif par la présence marquée des reliefs.

LES ACTIONS MENÉES

ACCOMPAGNEMENT, SENSIBILISATION, FORMATION

À travers trois ateliers mobilités, trois ateliers réparation vélo dans les quartiers politiques de la ville d'Aix-les-Bains, une soixantaine de personnes ont été accompagnées, principalement des publics à caractère social. Une dizaine de cyclistes ont fait marquer leur vélo à la vélostation. Et un guide des mobilités est en projet. Au total, 207 personnes ont participé à ces actions.

DÉVELOPPEMENT DU VAE ET DU VÉLO

Pour atteindre l'objectif consistant à massifier la pratique du vélo sur le territoire et à toucher le grand public au-delà des populations en situation précaire, Grand Lac a créé une vélostation à Aix-les-Bains, en juillet 2020. Des enfants ont participé à des séances de vélo-école qui leur étaient dédiées. Quelque 1 700 locations de vélos ont été enregistrées entre juillet et novembre 2020 (soit un net dépassement de l'objectif qui était fixé à 90).

DÉVELOPPEMENT DU COVOITURAGE

Une étude globale a été lancée pour étudier la faisabilité d'un système de covoiturage spontané pour Grand Lac, inspiré du réseau Covoit'Go de Grand Chambéry. Le projet sera mis en place avec 2 lignes d'expérimentation en automne 2021 dans les communes peu denses, en lien avec la ville centre d'Aix-les-Bains : Mouxy, Trévignin, Pugny-Chatenod, Le Montcel, Saint-Ours. Les lignes expérimentales partiront des quartiers politiques de la ville d'Aix-les-Bains Liberté et Roosevelt.

PLANS DE DÉPLACEMENTS ENTREPRISES

Sont ciblées au moins 10 PME de moins de 100 salariés dans l'élaboration et la mise en œuvre de leur PDE. 292 salariés ont pu bénéficier des actions mises en place.

ACTION INNOVANTE

Vélo station : promouvoir le vélo sous toutes ses formes

La vélo station d'Aix-les-Bains, gérée par Vélodéa, est une vitrine pour la pratique du vélo et un lieu unique permettant aux habitants et aux visiteurs de louer des vélos de toutes sortes : vélos à assistance électrique, cargos, remorques, vélos pour enfants, vélos PMR...



BILAN

Le programme PEnD-Aura+ a permis de renforcer et de développer des actions en faveur de la mobilité solidaire, notamment dans des communes qui n'avaient pas encore bénéficié de ces prestations. Et un guide mobilités recensant toute l'offre et services de déplacements à destination de ce public a pu être créé.

Le développement du vélo et du VAE a connu une forte augmentation, grâce à la vélostation qui offre tous types de locations et de vélos.

L'expérimentation de covoiturage a été inaugurée à l'automne 2021, l'étude de faisabilité et la concertation avec tous les acteurs du territoire ont pu être réalisées. Cela offrira un mode de transport alternatif à la voiture individuelle pour des trajets de loisirs et du quotidien dans les communes en périphérie d'Aix-les-Bains.

Pour les petites entreprises, les interventions (diagnostics...) ont pu être faites sur le territoire et pas uniquement sur Technolac.

PEnD-Aura+ a permis de développer et renforcer l'écomobilité sur tout le territoire de Grand Lac.

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

◆ Accompagnement, formation, sensibilisation

Mettre en place beaucoup d'animations diverses et variées.

De nombreuses personnes ont bénéficié des animations.

Le public précaire a pu être spécifiquement ciblé et le temps a été pris pour expliquer différentes informations sur les offres de mobilités.

◆ Développement de l'usage du VAE et vélo

Une très grande visibilité de la vélostation.

Une volonté politique qui s'est grandement et très rapidement accentuée pour ce mode actif (Plan Vélo mai 2020).

◆ Développement et promotion du covoiturage

Grande visibilité sur le terrain et en termes de communication.

Un réel moyen de proposer une alternative à la voiture individuelle sur les 2 lignes d'expérimentation.

Connexion avec le réseau de Grand Chambéry déjà existant.

Les communes ont soutenu et portent l'expérimentation.

Anticiper les marchés publics.

◆ Accompagnement des petites et moyennes entreprises à la mise en place de plan de mobilité

Sensibiliser les entreprises plus petites.

Elargir le périmètre d'intervention.

Continuer à intervenir dans les entreprises et notamment celles de moins de 50 salariés, de proposer une flotte de VAE réservée aux entreprises.

POINTS DE VIGILANCE

◆ Accompagnement, formation, sensibilisation

Le nombre conséquent d'actions à mettre en place.

Mobiliser les participants (en visioconférence parfois durant les confinements).

Les permanences mobilités n'ont pas rencontré un franc succès.

◆ Développement de l'usage du VAE et vélo

Mise en place de la vélostation en 1 mois et demi.

Service nouveau, à accompagner.

Prévoir suffisamment d'espace de stockage pour la flotte, une climatisation pour les salariés et les usagers à la vélostation et un petit camion pour transporter les vélos.

◆ Développement et promotion du covoiturage

Pénurie de certains matériaux.

Temps administratifs des marchés publics.

Changement d'exécutif qui a modifié le projet initial.



5 Écomobilité vs mobilité inclusive ?

Pour un rapprochement des deux approches

Dans la suite de PEnD-Aura (2016 - 2018) et PEnD-Aura+ (2019 - 2022), force est de constater que deux approches de la mobilité coexistent aujourd'hui en France :

- une approche visant à apporter des solutions multimodales centrées sur une réduction des consommations d'énergie et des émissions de GES correspondantes, dites "**mobilité durable**" ou "**écomobilité**",
- une approche au contraire centrée sur des besoins perçus de mobilité, essentiellement réduite à une vision avant tout automobile, et visant à apporter des réponses d'urgence à des populations sans solution immédiate de déplacement, dite "**mobilité inclusive**".

Les Programmes PEnD-Aura et PEnD-Aura+ ont démontré clairement que ces deux notions d'écomobilité et de mobilité inclusive ne sont pas nécessairement clivantes et contradictoires. Au contraire, il est possible de proposer de vraies solutions de mobilité écologiques aux publics empêchés et aux territoires faiblement équipés. Il n'y a pas d'antinomie entre **fin du mois et fin du monde !**

Si les solutions alternatives aux déplacements automobiles en mode solo sont pourtant très connues, elles ne s'articulent pour autant pas nécessairement ni spontanément avec une offre de mobilité inclusive, alors qu'elles

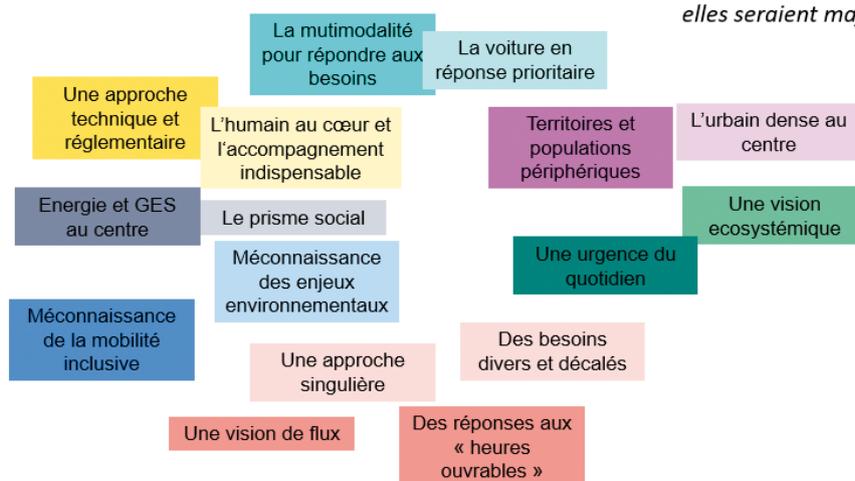
pourraient en réalité se compléter mutuellement. De même, elles n'intègrent pas spontanément ces territoires et publics dits "empêchés".

De part et d'autre, écomobilité et mobilité inclusive ont leur logique propre qui se côtoient en parallèle sans mettre la plupart du temps en commun leurs moyens sur des territoires pourtant identiques.

C'est tout l'objet de ce travail de montrer comment rapprocher ces deux visions pour tendre vers une mobilité à la fois durable et inclusive.

VERS UNE ÉCOMOBILITÉ INCLUSIVE !

« Si toutes les minorités se réunissaient, elles seraient majoritaires » ...





+ LE CONSTAT

Les réponses apportées, selon que l'on aborde la mobilité sous l'angle de l'écomobilité ou de la mobilité inclusive, sont actuellement très différentes. Le décalage relève avant tout d'une méconnaissance réciproque. Mais le panorama dressé ci-dessous appelle également au constat qu'une vision plus juste et surtout complète (cf image précédente) de la mobilité chercherait à rapprocher les notions environnementales et sociales, qui sont facilement conciliables.

◆ La mobilité durable du point de vue des opérateurs d'une mobilité inclusive

De part et d'autre, on ne peut que constater une méconnaissance réciproque des enjeux liés aux deux mobilités et des publics empêchés : on connaît mal les publics empêchés et on répond aussi mal à leurs besoins. Les publics et acteurs de la mobilité inclusive ne connaissent pas non plus les autres enjeux (par exemple climatiques, énergétiques, écologiques, économiques, sanitaires, d'occupation de l'espace, d'aménagement du territoire, etc...) liés à la mobilité : les publics / prescripteurs pour qui la priorité est avant tout d'apporter une solution de mobilité qui a priori et spontanément est automobile, ont un besoin d'**acculturation** très fort. Impossible pour des prescripteurs d'être acteurs d'une écomobilité s'ils ne

sont pas eux-mêmes convaincus de solutions alternatives à la voiture en mode solo et s'ils ignorent les grands enjeux comme les solutions réelles alternatives existantes.

Tout l'accompagnement devra donc viser à démontrer qu'il est tout à fait possible de se déplacer en réduisant ses **impacts**, a minima par exemple avec des véhicules faiblement émissifs / propres.

On cherchera ainsi à sortir d'une réponse trop court-termiste d'urgence sans vision prospective qui :

- en plaçant la voiture au centre, ne résout en rien sur la durée la problématique de déplacement des personnes vulnérables,
- signifierait que la solution préconisée par une mobilité inclusive serait d'aller vers un mode dominant tout automobile,
- donne l'impression de rentrer dans une course à toujours plus de **mobilité**, alors qu'il conviendrait de travailler au contraire dans le sens de la **sobriété**. Une réponse technique d'hypermobilité n'est pas nécessairement adaptée selon les cas.

On montrera également qu'on peut passer, par une démarche d'économie circulaire, d'une possession au **partage**, tout en répondant de façon adaptée au besoin de mobilité de la personne : on peut se déplacer sans nécessairement être propriétaire de son véhicule ou être propriétaire d'un véhicule (TC, modes partagés, location). Il faut en corollaire proposer une offre **diversifiée**, concurrentielle et conçue comme un service complet multimodal (de l'offre technique à un **écosystème** périphérique attractif : par exemple avec une offre de pistes cyclables accompagnée de stages de remise en selle, d'offres de locations solidaires adaptées et de vélos en réparation).

Le passage vers une écomobilité inclusive passe donc par ce stade d'accompagnement, de formation et d'information régulièrement répété des acteurs et prescripteurs et autres influenceurs sociaux, en rapport avec la cible recherchée des publics dits "empêchés".

Ainsi, une offre universelle "tout voiture" n'est pas adaptée nécessairement à tous les publics, en particulier précaires. L'offre existante, le type de public empêché, les besoins de déplacements doivent être considérés pour savoir la **nature réelle des besoins** et si des offres alternatives moins polluantes (et moins coûteuses également) voire partagées ou à tarification solidaire pourraient être proposées, sous quelle forme et conditions.

◆ La mobilité inclusive du point de vue des opérateurs d'une écomobilité (mobilité durable)

De leur côté, les acteurs de la mobilité durable méconnaissent les publics empêchés, les considèrent même selon leurs dires comme marginaux bien souvent et peu significatifs dans leurs calculs de flux.

Ainsi, les personnes empêchées sont spontanément et la plupart du temps "**invisibles**" pour les porteurs d'une

écomobilité (ou mobilité durable) et passent au travers des prismes des politiques, des aides, des solutions parce que trop diffus, variables, non organisés, ni représentés, voire en marge et peu familiarisés à l'expression/communication, alors qu'ils peuvent pourtant représenter jusqu'à 20 % de la population.

Avec ces publics aux contraintes sociales souvent fortes, il est important de tout faire pour que l'écologie ne soit pas perçue comme une **contrainte** supplémentaire par des populations qui croulent déjà dessous : mal logement, précarité énergétique qui va souvent avec, isolement géographique et social, précarité alimentaire, troubles de santé, problématique du vieillissement... Il s'agit de réfléchir à des solutions de mobilité qui ne contribueront pas à aggraver la situation dans laquelle se trouve ces personnes.

À ce propos, les contraintes ne sont d'ailleurs qu'une petite partie des modes de réponse permettant le changement effectif de pratiques, et ne sont adaptées que pour une partie de la population. Pour la plupart d'entre elles, c'est un ensemble de solutions d'accompagnement qui doivent être déployées, comme **l'adhésion et l'incitation**.

Ce basculement vers d'autres modes n'est pas spontané pour la plupart et doit être accompagné : les solutions technologiques, si elles sont absolument nécessaires et même indispensables, sont à elles seules insuffisantes pour s'assurer de l'adhésion des utilisateurs potentiels. Les réponses pratiques doivent être coconstruites, partagées, anticipées et accompagnées pour garantir l'adhésion des usagers. Au-delà des seules réponses techniques ou obligatoires, des mesures fortes d'incitation, de mobilisation et surtout **d'accompagnement au changement** doivent être déployées en parallèle.

Il convient ainsi également de veiller à accompagner les publics empêchés dans des **calendriers** compatibles avec l'évolution des réglementations (ZFE par exemple) induisant des modifications allant dans le sens d'une mobilité durable : les contraintes nouvelles doivent alors s'accompagner pour les plus exposés de solutions techniques concurrentielles et adaptées et d'un accompagnement au changement de comportement.

Il importe de s'assurer que les aides proposées en matière de déplacement (et pourtant supposées répondre à cette problématique) ne présentent pas un caractère trop relatif voire soient franchement **inadaptées** car trop incomplètes, en laissant trop de reste à charge à des populations incapables de l'assumer financièrement (ex. : aide à l'achat de VAE qui ne couvre pas pour autant l'achat du vélo en tant que tel, ou tarification sociale en l'absence de TC...).

L'offre TC pour sa part, quand elle existe, peut s'avérer inaccessible hors abonnement pour des déplacements qui peuvent être occasionnels sans compter sur la complexité pour certains publics de se déplacer hors des limites administratives habituelles (problème à la fois de fond technique/matériel mais aussi cognitif possiblement).

La notion de solidarité devrait renvoyer aussi par effet miroir à la recherche de solutions par ceux-là mêmes qui sont **générateurs de mobilité** et de pollution (les grandes entreprises, centres d'enseignement, grandes administrations, collectivités locales...) : ce sont **vers les publics empêchés** que les aides qu'ils sont susceptibles de déployer devraient être prioritairement orientées, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui.

Il conviendrait également d'intégrer la **diversité** des publics concernés qui devrait s'accompagner d'autant de solutions adaptées, et pas d'une solution unique et universelle ; ainsi une offre de mobilité, par exemple en matière de TC, a priori et massivement plutôt dimensionnée pour des publics "aisés" exclut nécessairement les publics les plus précaires. Dans la même logique il conviendrait d'ouvrir des offres en horaires **décalés** et en week-end.

Les besoins de mobilité étant également variables dans le temps, c'est une **notion relative** susceptible de changer par exemple avec le vieillissement de la population et qui a tendance à s'étendre et se renforcer avec l'allongement de l'espérance de vie en France...

Les réponses en matière de mobilité se doivent, pour toucher l'ensemble de la population, d'intégrer les **pratiques singulières** : les solutions exclusivement collectives et uniques ne sont plus adaptées à la diversité des besoins et des populations en matière de mobilité. Des solutions souples, c'est-à-dire adaptables doivent être proposées pour répondre à la diversité évolutive des cas de figure. En d'autres termes, une approche sectorielle unique est incomplète mais les solutions doivent également être coconstruites, partagées, partenariales pour être pérennes, solidaires et durables.

Le basculement vers d'autres pratiques de ces publics se fera d'autant plus facilement que l'offre technique sera accompagnée. Il importe ainsi proposer une offre diversifiée et concurrentielle mais surtout conçue comme un service complet multimodal, l'offre technique étant accompagnée par un **écosystème** périphérique attractif : par exemple avec une offre de pistes cyclables accompagnée de stages de remise en selle, d'offres de locations solidaires adaptées et de vélos en réparation.

Les **solutions** les plus évoquées en matière de mobilité durable (télétravail, ville des courtes distances, carburants alternatifs, TC, recherche de sobriété) n'intègrent pas la question de la mobilité solidaire. En effet, la plupart sont tout simplement inaccessibles pour les populations dites empêchées pour des questions de revenus, d'habitudes, de lieux d'habitation, de type d'emplois, de CSP ou d'âges, par exemple.

Au final, pour les acteurs d'une mobilité durable comme pour ceux d'une mobilité inclusive, le besoin de co-construction et de **partenariats** qui décloisonnent et associent l'ensemble des acteurs pour mettre les politiques en cohérence et en synergie semble devoir s'imposer comme une évidence.

6

Mettre en place des actions d'écomobilité inclusive

Facteurs de succès, points de vigilance, préconisations et enseignements issus de PEnD-Aura+

Grâce aux travaux successifs des Programmes PEnD-Aura et PEnD-Aura+ et des dizaines d'actions menées depuis 2016 sur cette approche d'écomobilité inclusive, il est possible d'établir des facteurs de succès, des enseignements et des préconisations ainsi que les difficultés rencontrées, avec pour objectifs de :

- témoigner des résultats et enseignements tirés de ces programmes successifs pour les diffuser plus largement,
- renforcer la connaissance en matière d'écomobilité inclusive et mettre à disposition cette information aux acteurs de l'écomobilité inclusive,

- faciliter la mise en oeuvre d'actions similaires ailleurs en France,
- tenter d'en tirer une analyse distanciée utiles à d'autres et ainsi permettre de faire un choix circonstancié des politiques et des actions à mener.

Ce travail est le résultat en particulier de l'accompagnement et de l'observation issus des 32 actions accompagnées par AURA-EE durant PEnD-Aura +.

(QUELQUES) FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS POUR UNE ÉCOMOBILITÉ INCLUSIVE



20

facteurs clefs de succès

La notion de **temps** est centrale : toutes les actions, pour être ancrées durablement dans les habitudes des usagers, exigent dès leur conception, puis dans leur mise en oeuvre, la mise en place d'un accompagnement spécifique très chronophage. La forme de ces animations, la diversité des supports utilisés, les lieux dans lesquelles elles seront déclinées, la nature même des publics (particulièrement difficiles et en manque d'informations de base) sont autant de facteurs expliquant l'importance de disposer d'un temps suffisant pour déployer au mieux ces actions. Une simple réponse technique, même très opérationnelle, peut s'avérer parfaitement inopérante en regard de populations et de relais très éloignés des nouvelles pratiques, mêmes vertueuses, qu'on essaie de promouvoir.

> Pour réussir à toucher les salariés par exemple, la première étape qui consiste à recruter des influenceurs au sein de grosses entreprises (en général plus de 50 salariés) ou les EPCI du territoire, est très chronophage.

> La durée de l'action est donc un facteur déterminant pour réussir à déployer une importante campagne de mobilisation des entreprises ou des territoires, ce qui nécessite beaucoup de préparation, de rendez-vous individuels et d'énergie pour un travail de mobilisation qui en plus ne porte ses fruits véritablement qu'au bout de quelques mois de démarches.

> Le temps disponible permet également de tisser des liens entre structures, facteur clé de la réussite.

La sobriété au centre, une cause morale à défendre : le temps dont on a pu disposer pour mettre en oeuvre l'action est aussi déterminant pour présenter et convaincre sur le fond de la notion de sobriété et en faire une priorité pour les acteurs publics ou privés rencontrés.

Pour les salariés comme pour le grand public **le rôle de prescripteurs (et leur sensibilisation propre) et de relais d'opinion** est déterminant dans le succès des actions en matière d'écomobilité inclusive.

> Par exemple pour les salariés en entreprises, les acteurs déterminants le succès de la sensibilisation sont les personnes qui auront la capacité de relayer l'information : les responsables Qualité Sécurité Environnement, les Responsables Ressources Humaines ou les Délégués du Personnel qu'on peut qualifier d'"influenceurs" en entreprise.

> L'intégration d'une mobilité durable, dans un parcours d'accompagnement socio professionnel inclusif est un véritable enjeu dans ce dispositif. D'une part, en quoi l'absence de mobilité (financier, cognitif, matériel) peut être un frein à l'insertion sociale et ou professionnelle ? Et d'autre part, comment est-il possible de répondre aux besoins primaires de mobilité par des réponses également sobres en énergie et peu impactantes en matière environnementale ? Le véritable défi de cette action est en amont de tout accompagnement, la sensibilisation des prescripteurs : par leur intermédiaire, grâce à leurs orientations des publics.

Une **cartographie** des acteurs puis un travail avec eux sur le calendrier prévisionnel d'action, réalisé en amont, permet de déterminer les lieux et les périodes les plus propices pour les animations grand public et les temps d'échanges avec les acteurs. Ce partenariat très précoce est garant d'une meilleure mobilisation des publics.

Les acteurs de l'action sociale sont une cible très large. **S'appuyer sur un noyau dur** au départ, parmi les plus intéressés par la thématique de l'écomobilité, comme les Missions Locales, Pôle Emploi, structures de formation, CIAS, MJC, centres sociaux... Il peut aussi être opportun d'ouvrir encore plus cette cible afin de capter un public en précarité qui ne fréquente pas forcément ces structures en allant à la rencontre par exemple des clubs de sport, associations culturelles, associations d'habitants... En général rechercher une diffusion large (pas seulement aux prescripteurs), également par exemple à destination des partenaires publics liés aux usagers (mairies, office de tourisme, etc.) ou à la mobilité (employeurs, etc.).

> Par exemple, la prise en charge des seniors est possible grâce à une mobilisation importante des acteurs du territoire : professionnels de santé, activités paramédicales, acteurs de la mobilité, structures d'accueil et résidences spécialisées, partenaires sociaux, structures de loisirs... Tous les acteurs susceptibles d'intervenir auprès de ce public et sur les territoires concernés doivent être contactés.

Les rencontres préparatoires aux actions permettent de **structurer** le réseau d'acteurs et d'identifier des besoins prégnants pour établir une feuille de route :

> disposer d'informations claires sur l'ensemble des offres de mobilité sur le territoire, besoin de simplification des démarches,

> besoins d'accompagnement.

La réalisation d'un **diagnostic** préalable permet de poser un cadre et de sérier les objectifs pour optimiser les actions engagées.

Le premier facteur de succès d'un nouveau service est de répondre aux **besoins réels** des futurs utilisateurs. Il est fondamental de réaliser des analyses/diagnostics/enquêtes afin d'identifier préalablement les difficultés rencontrées par la population et les besoins réels.

> Par exemple, un questionnaire permet de faire remonter les besoins et attentes de usagers. Suite au questionnaire, une aide achat VAE peut être calibrée à hauteur des attentes de usagers ayant des petits revenus (750 € pour un VAE et 1000 € pour vélo cargo par exemple).

La collaboration avec les acteurs de la mobilité (AOM, EPCI) et de l'action sociale et de la solidarité du territoire, qui se consolide au cours du temps, permet de démultiplier l'impact des actions et est garante de leur succès. Pour inciter les habitants à participer aux actions (des défis par exemple de type challenge), il faut une mobilisation des différents acteurs locaux (associations, écoles, partenaires, commerces...) combinée à une communication de terrain.

La co-animation et co-construction des actions peut rendre, par exemple, des ateliers d'information / sensibilisation plus fluides et plus impactants et faire que les actions en général répodant mieux aux besoins sont mieux réussies.

> Bien veiller à inviter large afin de sensibiliser et toucher le plus de public divers et variés afin de faire boule de neige.

> Prévoir plusieurs ateliers pour laisser le temps nécessaire à l'animation.

> Le relationnel et la disponibilité du conseiller ou de l'animateur font partie des principaux facteurs clés de succès de l'animation, comme une connaissance fine du territoire qui permet une grande efficacité dans les actions et les formations mises en œuvre.

Il est nécessaire de mettre en place une **organisation et des moyens spécifiques** pour chaque projet. À titre d'exemple, on peut citer : pour les écoles, l'organisation des calendriers scolaires, des projets pédagogiques modifiés ; la vie complexe des entreprises, confinées, surchargées à certaines périodes, saisonnières pour certaines ... ; la volonté de proposer certaines actions à un public plus large, de s'appuyer sur d'autres partenaires...

La volonté politique est garante de la mobilisation des moyens nécessaires (par exemple lors du déploiement d'un Plan Vélo).

Une grande souplesse et une **adaptation** constante des actions sont nécessaires :

> selon les besoins des usagers, comme par exemple pour les personnes en insertion professionnelle se rendant en ESAT (augmentation du nombre de trajets pour certains) ;

> le succès des dispositifs de TAD est souvent lié à une grande souplesse de réservation et au nombre important des lieux de dépose des usagers. Notamment, grâce à une adaptation continue du service avec des ajouts de destinations, la prise en compte de certaines situations particulières des usagers (horaire de prise en charge plus tôt...), l'examen de situations exceptionnelles. Le faible coût du trajet (quelques euros) permet aussi aux personnes de se déplacer plus souvent dans le mois dans la limite du nombre de trajets octroyés.

La réussite du projet tient à la **proximité** des acteurs avec le terrain.

> Par exemple des ateliers réparation vélos rencontrent un bon succès, lorsqu'ils sont bien situés dans les quartiers, visibles, et réguliers, avec des acteurs locaux permettant de bien relayer l'information.

> Chercher à porter l'action au plus près des besoins, au cœur des quartiers (exemple d'un centre de ressource qui organise des réunions dans les quartiers).

Le fait de pouvoir s'appuyer sur des **bénévoles** permet de tisser un lien avec les bénéficiaires, chose plus difficile dans du transport en commun classique.

La **tenue dans le temps** d'un travail avec des bénévoles doit néanmoins être anticipée, qui s'avère souvent difficile, selon leur mobilisation.

Rechercher un accompagnement par un prestataire **spécialiste** du mode de déplacement en question (vélo, covoiturage...)

> Assurer le portage des actions par une équipe pluridisciplinaire.

> Avoir un lieu ressource et clairement identifié sur le territoire pour la mobilité.

Les partenaires comme le public concerné sont demandeurs d'outils **innovants** (par exemple Escape Game), ludiques et conviviaux.

La **communication et l'accompagnement au changement de comportement** est un enjeu incontournable de toute politique, en accompagnement des réponses concrètes.

> Élaboration du diagnostic initial et mise à disposition rapide d'un guide récapitulant les offres de déplacements existantes.

> Création d'un site internet dédié à la mobilité (et le faire vivre) pour faciliter les déplacements des habitants

> La **multiplicité** des modes et canaux de diffusion de l'information et le côté répétitif de la communication apparaissent comme nécessaires pour toucher un plus large public et arriver à faire progressivement évoluer les mentalités (et ancrer de nouvelles habitudes).

- La communication doit être multi-supports et multicanal : supports papiers, médias locaux (journaux, radio), réseaux sociaux.
- En particulier pour les jeunes, diversifier des actions autonomes ne nécessitant pas une animation de la part du territoire : supports pédagogiques, questionnaire d'enquête, jeux, pistes, livres, vidéo, etc.

> Des éléments uniques et seulement ponctuels ne permettent pas d'arriver à ces objectifs car il convient que les usagers puissent **s'approprier les modes alternatifs** de déplacement, ce qui demande une réflexion / acceptation et prend du temps.

> L'organisation d'évènements de type challenge est un bon levier pour convaincre les habitants et salariés du territoire à modifier **progressivement** leur façon de se déplacer sur le territoire au travers un évènement ludique.

> La communication autour d'une action sera d'autant plus forte qu'elle sera adossée à une grande visibilité de l'action elle-même (par exemple une vélostation, des bornes de covoiturage)

Inciter les habitants à changer leur façon de se déplacer passe aussi par la reconnaissance et la **valorisation des personnes** qui font ce changement. Ainsi, certains territoires organisent des campagnes de témoignages en faveur d'une mobilité plus respectueuse de l'environnement, sur le thème : "Se déplacer autrement, me rend heureux tout simplement".

> Une fois l'expérimentation conclue, il est nécessaire de réaliser un retour d'expérience complet, transparent et partagé avec l'ensemble des acteurs (forum et synthèse).

5

points de vigilance

Changer les comportements de mobilité prend du temps, il faut par conséquent **entreprendre des actions sur le long terme** pour amener et accompagner les habitants et leurs prescripteurs à modifier leurs habitudes de déplacement.

> Le temps long est nécessaire pour **impliquer** toutes les parties prenantes (élus, communes, acteurs relais...).

- S'assurer du portage politique du projet.
- Avoir le plein soutien de la direction pour réaliser des actions avec et en direction des agents de la collectivité.

> Le temps nécessaire pour la **réactualisation** des supports de communication et d'animation doit être intégré.

Pour inciter durablement le maximum de personnes à changer leur façon de se déplacer sur le territoire, il faut une **mobilisation constante** des différents acteurs locaux (associations, écoles, partenaires, commerces, partenaires de l'action sociale...) pour garder une dynamique collective dans le relai des informations sur la mobilité.

> La communication doit régulièrement être réactivée en mettant en avant de **nouveaux dispositifs**, ou de nouvelles fonctionnalités ou de nouvelles offres.

> Le facteur humain reste central et l'utilisation des solutions digitales reste limitée, tant pour les agents des structures partenaires que pour les utilisateurs.

> La disponibilité des **prescripteurs** et leur réceptivité au sujet de la mobilité est à intégrer. Il est également nécessaire de communiquer plus régulièrement sur l'action auprès des prescripteurs, les équipes variant au fil du temps.

> La pluralité d'acteurs locaux (institutionnels et associatifs), et le tissu d'initiatives, apportent une grande richesse et un dynamisme important mais implique également une **gouvernance complexe** dans laquelle s'intégrer.

Un **juste équilibre** est à trouver entre :

> une partie "institutionnelle" nécessaire afin de mobiliser des fonds, être structure ressource, relayer la communication.

- Il est très important que les collectivités locales portent l'initiative et supportent les partenaires locales (i.e. les structures associatives), en termes de relais de l'information et aussi de ressources et moyens.

> une partie associative beaucoup plus proche du terrain et comprenant donc plus facilement les besoins et pouvant faire preuve de souplesse pour répondre avec pertinence.

- Le bénévolat est potentiellement fragile et a par exemple connu un arrêt brutal avec la pandémie.

S'il y a globalement un manque de connaissance des moyens de transports existants de la part des publics (jeunes, personnes en recherche d'emploi, en formation, sans permis, sans véhicule ...etc), la résistance à l'utilisation d'autres modes de déplacement ne vient pas que de là. Pour beaucoup, il semble complexe d'aller au-delà de leur commune, de leur vallée. Aussi, des actions permettant de travailler sur la **perception** que peuvent avoir les bénéficiaires des différents modes de transports est nécessaire pour permettre un passage à l'acte.

Veiller à la meilleure **adaptation des actions** (par exemple l'offre en vélos) aux besoins du public cible.

> Proposer des formations très pratiques et participatives.

> Trouver des formateurs ayant l'habitude.

20

Enseignements & préconisations

Rencontrer chaque partie prenante dès le **lancement** du projet et mettre en place un travail de conception dès les premières phases du projet, en impliquant le plus possible les futurs utilisateurs du service.

Rechercher une **co-construction** pour impliquer les relais dès le début de l'action

> Faire témoigner les conseillers en insertion pour convaincre leurs pairs

> Organiser des formations journée de "sensibilisation" pour les prescripteurs sociaux

> Mettre à disposition des prescripteurs sociaux des guides de l'écomobilité solidaire.

Bâtir une **gouvernance** claire préalablement au démarrage de l'expérimentation, afin de définir les rôles et les responsabilités des acteurs impliqués sur la durée de l'expérimentation et surtout au-delà : structures partenaires avec un rôle opérationnelles, les collectivités de proximité et les institutions. Qui apportera les financements ? Qui gèrera les budgets ? Qui portera les investissements et les coûts de fonctionnement ? Qui maintiendra le service et les outils associés en conditions opérationnelles ?

Trouver des **synergies** avec d'autres initiatives locales : il est important d'éviter le cloisonnement des services et la démultiplication des actions. Les processus opérationnels de gestion du service et d'accompagnement des utilisateurs doivent être pensés dans un contexte d'intégration avec d'autres services présents sur le territoire ou pressentis, notamment dans le long terme en vue d'une pérennisation de l'initiative.

Mobiliser les prescripteurs pour communiquer sur l'ouverture du service : un travail de "prospection" et de "suivi" s'avère indispensable afin de faire la promotion du service sur le territoire. Un premier travail doit être mené auprès des mairies (de la prise de contact par mail à la relance téléphonique auprès des secrétaires ou maires). Certaines mairies peuvent par leur site internet, leur newsletter... aider à recruter de nouveaux (conducteurs)-bénévoles. Les publics cibles comme les seniors, les jeunes, les bénéficiaires du RSA, ont pour contact direct les différents services sociaux, de réinsertion, d'insertion, de maintien à domicile, de santé... Une action doit être mise en place afin que ces organismes puissent faire connaître le service de transport solidaire à leurs bénéficiaires.

Importance de **l'étude fonctionnelle** et technique en amont : cette étude doit permettre de définir le parcours utilisateurs, le processus opérationnel, doit porter sur les fonctions de base et doit être finalisée avant de développer les outils numériques

Dans une logique d'amélioration continue, l'animation et le contenu des actions sont **adaptés** en continue en fonction des retours propres à leur conduite.

> Par exemple pour des ateliers : les thématiques abordées en fonction des publics, le degré d'interactivité... Des fiches navettes remplies par les conseillers après chaque atelier permettent d'identifier les principales difficultés et obstacles au changement de comportement (manque d'offre alternative, coût élevé, absence de tarif solidaire, méconnaissance de l'offre, représentations et freins psycho-sociaux) mais également les points positifs et apports des ateliers (les arguments et thématiques suscitant l'intérêt des participants, les informations sur des offres ou aides financières jugées utiles...).

> De même en matière de covoiturage le service doit être adapté au territoire, à sa densité. Ainsi, l'offre de covoiturage dynamique est appropriée sur des axes où les origine-destination communes sont assez fortes. Pour les territoires les moins denses, une offre plus souple est nécessaire. Une solution frugale et basée sur l'entraide correspond aux objectifs et contraintes propres à cette offre de service, mais une animation et une communication intensive seront nécessaires pour créer les conditions de sa réussite.

Les offres alternatives de mobilité proposées, comme des ateliers mobilité ou des séances de vélo-école sont essentielles afin de permettre aux personnes les plus éloignées de l'emploi et ne disposant pas de moyens de déplacement d'être **autonomes**.

Les actions très concrètes sont appréciées mais nécessitent du **temps** de concertation pour construire un outil pertinent

> Ne pas sous-estimer le temps nécessaire à ce que la dynamique se mette en place

Le **périmètre du terrain** d'expérimentation doit être choisi en considérant les potentialités finales du service, pour pouvoir avoir à disposition un bassin d'utilisateurs significatif (il ne faut pas trop se limiter, sans pour autant viser un territoire trop vaste).

Pour relayer l'information au plus grand nombre, **combiner** les actions de terrain et une communication intensive avec l'utilisation de canaux variés (panneaux d'affichage, réseaux sociaux, presse...).

La **communication** est un facteur fondamental de réussite afin de pouvoir toucher et aider un maximum de personnes isolées sans aucun moyen de déplacement.

La performance du dispositif s'accroît notablement avec la **connaissance du dispositif** par les acteurs et partenaires sur le terrain.

➤ Prendre le temps de faire de la **pédagogie** pour s'assurer de l'engagement des partenaires associés dans la promotion de l'expérimentation

Bien intégrer certaines **exigences spécifiques** à ces publics, notamment en ce qui concerne les plateformes internet par exemple : porter une attention particulière à l'ergonomie et aux fonctionnalités, à la facilité d'accès, l'utilisation appuyée d'éléments graphiques.

Promouvoir le **facteur humain** : le service proposé ne peut que fonctionner si les relations humaines sont garanties par une présence significative des agents des structures partenaires, vis-à-vis des bénévoles et des utilisateurs. L'utilisation des outils numériques doit être conçue et organisée en tenant compte de ce principe.

Des **outils positifs et décalés** (par exemple un "disque de stationnement" présentant l'offre alternative à la voiture), permettent de valoriser le programme de façon non culpabilisante, qui est très bien accueillie par le public.

Les campagnes de communication sur les **réseaux sociaux** permettent de développer l'audience hors des canaux institutionnels, avec une tonalité plus accessible et ludique. Les réseaux sociaux sont un canal privilégié pour maximiser l'audience de campagnes de communication visant le grand public.

Externaliser l'animation, la concertation avec un autre prestataire que le bureau d'études techniques.

Les **établissements scolaires** ne sont pas des structures classiques, qui doivent respecter tout un ensemble de démarches liées à l'éducation nationale (projets pédagogiques, calendrier différent, autorisations spéciales pour les établissements publics, sorties en dehors des établissements, durées des interventions, etc.) dont il faut prendre connaissance, dès le début du programme.

Cibler en priorité des entreprises avec des horaires de travail standard (plus facile pour encourager du covoiturage par exemple) qui peuvent être **pionnières** en matière d'éco-mobilité et donner envie à d'autres de s'y intéresser.

17

difficultés rencontrées

La **mobilisation en amont** avec l'ensemble des partenaires (tels que CMA, CCI, collectifs employeurs) peut s'avérer complexe.

Complexité liée à la **gouvernance** locale : les structures ont de véritables difficultés en termes de coordination avec les collectivités de proximité (mairies, communautés de communes). Leurs relations avec les collectivités locales peuvent se révéler insuffisamment structurées et clarifiées en termes de rôles et de responsabilités, notamment par la séparation des politiques de mobilité et sociales.

Le **manque de synergie** entre des initiatives complémentaires peut même aller jusqu'à occasionner des situations concurrentielles entre des projets qui pourraient être développés de manière coordonnée.

Le **portage pérenne** par la collectivité d'un dispositif expérimental et couteux.

Le manque de **données** pour compléter le diagnostic initial en matière de mobilité.

Le **manque d'aménagements techniques** en rapport avec les actions développées (garage à vélos, pistes cyclables sécurisées, manques d'arrêts pour du covoiturage organisé...).

Une difficulté a été de bien mettre dans la boucle de l'information les **acteurs sociaux** en contact régulier avec des personnes précaires, afin qu'ils puissent repérer les personnes qui pourraient bénéficier des actions proposées.

Difficulté de mobiliser les travailleurs sociaux peu informés sur ce genre de formation, et non **"convaincus"** par ces dernières.

Les équipes de conseillers doivent régulièrement retourner dans les structures chargées de l'accompagnement socio professionnel afin de **sensibiliser les nouveaux professionnels** dans les équipes aux enjeux de mobilité.

Des **freins institutionnels** sérieux peuvent exister quant aux solutions possibles, potentiellement freins à leur mise en oeuvre (par exemple pour la mise en oeuvre d'une véritable politique vélo non reconnue localement).

Complexité du recrutement d'un nombre suffisant de **bénévoles**.

Montée en puissance progressive et lente qui nécessite beaucoup de **temps** et de maintenir les actions pour rendre le service visible.

Pour la campagne de communication, s'assurer de **l'implication** des relais sur le territoire, notamment des communes, pour s'emparer et utiliser les outils mis à leur disposition (par exemple un kit de communication avec des visuels et des textes prêts à l'emploi pour leurs supports de communication).

Nécessité d'une analyse fine nécessaire en permanence pour **ajuster** les messages (par exemple en matière de covoiturage pour faire correspondre offre conducteur et demande passager).

La mobilisation des publics **séniors** est difficile : en effet les habitudes des séniors sont parfois très ancrées, la thématique est aussi récente et nécessite un travail de sensibilisation important avant de pouvoir "capoter" ces publics.

L'instauration d'une **relation de confiance** entre le conseiller mobilité et la personne accompagnée est primordiale. Lors des recrutements de nos conseillers, outre la dimension connaissance des enjeux de mobilité, des compétences d'animation d'atelier et d'entretien individuel, l'écoute et l'échange sont des qualités indispensables.

L'expérimentation d'ateliers en milieu rural permet de fait de comprendre les réalités de mobilité du public dans cet environnement mais force est de constater que les **solutions concrètes** toutes faites manquent encore parfois.

LES TYPES D'ACTEURS ASSOCIÉS

- ◆ Représentants des partenaires institutionnels du territoire : Collectivités locales, Département, Région, Hôpital, Éducation Nationale...
- ◆ Acteurs sociaux, Accompagnateurs des bénéficiaires, prescripteurs sociaux et d'emploi : mission locale jeunes, assistants sociaux, conseillers Pôle Emploi, CCAS, CIAS, mission locale...
- ◆ Associations, animateurs des structures jeunesse, médiathèques, associations caritatives ou de loisirs, MJC, clubs séniors, filière Gérontologique
- ◆ Acteurs du logement (Bailleurs sociaux, Habitat et Humanisme, résidences autonomie), structures de service à domicile et de transport
- ◆ Entreprises, acteurs ESS, commerçants du territoire
- ◆ Relais de communication
- ◆ Opérateurs de service en matière de mobilité (transporteurs)
- ◆ Habitants volontaires

7

Qualification des actions

Vers des fiches standards CEE d'écomobilité inclusive ?

L'objet de ce travail, élaboré dans le cadre des programmes PEnD-Aura et PEnD-Aura+, n'est pas de produire une succession figée de fiches descriptives spécifiques d'actions en matière de mobilité pour les publics précaires, mais plutôt de proposer un retour d'expérience à même de contribuer à terme à une éventuelle structuration du très vaste répertoire des actions possibles en matière d'écomobilité inclusive.

Cette tentative de classification vise à :

- Illustrer la diversité actuelle des actions possibles en matière de mobilité pour les publics précaires et les faire connaître pour les diffuser plus largement ;
- Mettre à disposition cette information aux acteurs de l'écomobilité inclusive en France.

Ce document a pour vocation de dresser une analyse des actions existantes dans le cadre des Programmes PEnD-Aura et PEnD-Aura+. Il a été rédigé à partir du retour d'expérience des partenaires. Cet état des lieux fournit

une première image des actions potentielles en matière d'écomobilité inclusive qu'on pourra croiser avec les parties précédentes 4 et 5 sur le rapprochement des visions entre mobilité durable et mobilité inclusive comme avec les facteurs clés de succès.

L'objectif de ce document est de contribuer à identifier des conditions favorables à une massification de certaines de ces actions en vue d'une potentielle plus large diffusion en France.



© PNR de Chartreuse

1

Les grandes familles d'actions

Par définition, les publics précaires ou empêchés voient pour beaucoup d'entre eux dans leurs faibles ressources financières l'origine de leurs difficultés à se déplacer.

Néanmoins, s'ajoutent également à ces raisons financières, pour certains d'entre eux :

- des difficultés individuelles spécifiques (par exemple, difficultés d'orientation, incapacité à faire du vélo, absence de permis de conduire, difficultés à conduire).
- mais aussi le manque de sensibilisation vis-à-vis de modes de transports nouveaux et inhabituels.
- ou encore l'absence très concrètement d'une offre de transport adaptée (du fait par exemple du caractère rural de leur localisation ou par le motif de leur déplacement), ou, lorsqu'ils en ont une, par leurs horaires de travail.

On peut donc proposer de classer les actions en matière de mobilité pour les publics précaires en deux grandes familles.

I > LES ACTIONS D'ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL, D'APPRENTISSAGE OU DE COACHING À LA MOBILITÉ (DU "SAVOIR" AU "VOULOIR")

Face à la diversité des situations personnelles, dans des conditions parfois exacerbées pour les publics précaires ou empêchés, mais également face à une diversité de l'offre en matière de déplacements et à sa complexification, l'accès à une solution de transport n'est plus suffisant pour maîtriser les différents moyens et être effectivement mobile.

◆ Savoir

Pour certains, des **actions éducatives et d'apprentissages individuels de bases** sont ainsi parfois absolument nécessaires, avant toute mise en pratique :

- C'est le cas par pour l'apprentissage de la bonne utilisation des éléments de **signalétiques**, de lecture des plans et des itinéraires, d'orientation dans l'espace, d'utilisation éventuelle d'outils plus modernes (GPS, applications smartphones) ;
- Il en va de même en matière de vélo et de deux roues motorisées avec des stages d'initiation et de **remises en selle** en vélo-écoles par exemple ;
- Les outils en matière de transports en commun : **lecture des plans**, des trajets et des réseaux, choix des tarifications adaptées, recherche d'itinéraires, lecture des fiches horaires... ;
- Les **conditions d'accès** au covoiturage et à l'autopartage ;
- Les **outils automobiles** : les aides au permis de conduire, par exemple pour les auto-écoles sociales.

◆ Vouloir

Pour d'autres, le frein à la mobilité est avant tout la résultante d'une **représentation personnelle**, elle-même issue des motivations profondes et propres à la personne, de sa perception ou connaissance, et aussi de l'accès bien réel à une offre existante, de ses contraintes propres... Dans ce cas, des réponses appropriées et précises doivent être apportées qui pourront relever de l'information, de la sensibilisation (les arguments qui objectivement vont rendre les déplacements possibles, utiles et surtout acceptables), du diagnostic individuel de mobilité pour apporter de réponses concrètes et adaptées au cas de la personne, de bilan de compétence mobilité (qui peuvent être réalisés à l'initiative de la personne ou via des structures relais sociales, environnementales, énergétiques ou professionnelles).

Toutes ces mesures peuvent être rangées dans la grande famille des réponses qui relèvent de **l'accompagnement au changement de comportement**, autant de paliers d'apprentissages successifs qui vont progressivement permettre d'initier, de tester, de répéter puis d'ancrer les nouvelles habitudes en matière de déplacements.



II > LES ACTIONS CONCRÈTES PERMETTANT D'ACCÉDER À UNE OFFRE DE MOBILITÉ (ACTIONS VISANT À RÉPONDRE À LA QUESTION "POUVOIR")

Parmi ces différentes offres concrètes en matière de déplacement, on peut distinguer celles qui relèvent de l'utilisation sobre et autant que possible partagée de la voiture, mais aussi des modes actifs ou des transports en commun. Dans tous les cas, au-delà de l'offre traditionnelle, les solutions partagées et solidaires se développent désormais de plus en plus.

- 1 - Actions permettant des déplacements en utilisant le mode automobile en tant que conducteur
- 2 - Actions permettant des déplacements utilisant les modes actifs, les transports en commun ou d'autres modes (covoiturage, autopartage)

Certains publics ne souffrent ni de problèmes de compréhension ni de motivations en matière de mobilité mais recherchent tout simplement des solutions concrètes et fonctionnelles adaptées à leur situation réelle. Les réponses en matière d'écomobilité inclusive sont désormais diverses et largement éprouvées :

◆ Des actions permettant un accès à une voiture

Elles sont soit individuelles, soit relèvent d'une organisation collective et/ou solidaire/inclusive. Parmi ces solutions, on peut citer :

- Services d'autopartage (mise à disposition d'un véhicule) solidaire, co-voiturage ou auto-stop organisé. Pour mémoire il existe également dans les réseaux de la mobilité inclusive la possibilité de location ou d'achat de **voiture** à tarif solidaire par des aides personnalisées (de type Aide pour le retour à l'emploi - ARE), avec accès à des micro-crédits.
- Aide à la réparation de véhicules, accès à des **garages solidaires** permettant de réparer à moindre coût...

◆ Les actions permettant un accès aux autres modes (actifs, transport en commun...)

- Mise à disposition, location voire achat de vélos ou de VAE (Vélo à Assistance Electrique) ou de deux roues électriques ou non (à des tarifs solidaires).
- Aide à la réparation de deux roues, accès à des ateliers permettant de réparer à moindres couts, voire soi-même.
- Bons de transport pour l'achat de billets de train ou d'avion (dans le cadre de la recherche d'emploi).
- Transport à la demande, microcollectif.

Classification des actions en matière de mobilité

I > LES ACTIONS D'ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL, D'APPRENTISSAGE OU DE COACHING À LA MOBILITÉ

A > COACHING PERSONNALISÉ EN MOBILITÉ

1. Bilan de compétences

B > APPRENTISSAGE DE LA MOBILITÉ

1. Appréhension et appropriation de l'espace (trouver une adresse donnée, savoir lire un plan et se repérer, lire et décrypter l'information dans la rue)
2. Utilisation des sources d'information
3. Utilisation des transports en commun
4. Connaissance de la multimodalité

C > ACTIONS EN MATIÈRE DE VÉLO

1. Apprentissage du vélo
2. Réutilisation du vélo

D > ACTIONS EN MATIÈRE DE VÉHICULES MOTORISÉS

1. Obtention du code
2. Obtention du permis de conduire
3. Obtention BSR (deux roues motorisés)
4. Apprentissage utilisation 2 roues motorisés
5. Réapprentissage de la conduite (titulaires du permis n'ayant pas conduit depuis longtemps)

E > FORMATION DES ACTEURS / PRESCRIPTEURS

F > ACCOMPAGNEMENT AU CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

II > DES ACTIONS CONCRÈTES PERMETTANT D'ACCÉDER À UNE OFFRE DE MOBILITÉ

A > ACTIONS PERMETTANT UN ACCÈS À LA VOITURE

1. Location/mise à disposition/accès de voitures, à tarif solidaire
 - 1.1 - Prêt et location de voitures
 - 1.2 - Auto partage
 - 1.3 - Covoiturage, autostop organisé
2. Vente de véhicules à prix modéré
3. Réparation de voiture
 - 2.1 - Garage solidaire
 - 2.2 - Mise à disposition d'outils
4. Prise en charge des frais kilométriques, aides financières

B > ACTIONS PERMETTANT UN ACCÈS AUX DEUX ROUES MOTORISÉES

1. Aide à l'achat, vente à prix modérés
2. Prêt et location
3. Atelier de réparation

C > ACTIONS PERMETTANT D'ACCÉDER AUX AUTRES MODES (ACTIFS, TRANSPORT EN COMMUN)

1. Transport en commun
 - 1.1 - Transport micro-collectif
 - 1.2 - Transport à la demande
2. Vélo
 - 2.1 - Aide à l'achat, vente à prix modérés
 - 2.2 - Prêt et location
 - 2.3 - Réparation
3. Aides financières
 - 3.1 - Prise en charge de frais de déplacement
 - 3.2 - Bons de TC
 - 3.3 - Avance sur frais

I > LES ACTIONS D'ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL, D'APPRENTISSAGE OU DE COACHING À LA MOBILITÉ

I-A

BILAN DE COMPÉTENCES ET ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL OU COLLECTIF VERS UNE MOBILITÉ DURABLE ET INCLUSIVE

L'accompagnement personnalisé est utilisé comme un préalable nécessaire avant la mise en place d'autres actions.

Cet accompagnement débute en général par un bilan de compétences, en tête à tête ou en très petits groupes (maximum 4 personnes). Il comprend :

- > une analyse de la situation vis-à-vis de la mobilité de la personne, en tenant compte de l'avis du prescripteur et de la situation de la personne. Cette analyse permet de déterminer les connaissances et les lacunes spécifiques de chacun en matière de mobilité ;
- > le cas échéant et en l'absence de toute autre solution alternative sobre, un bilan spécifique de type "conduite de véhicules", permettra de déterminer l'opportunité de l'obtention du code et du permis. Dans une approche d'écomobilité inclusive cette opportunité est évaluée non seulement d'un point de vue de l'utilité de cette obtention et de la capacité de la personne à obtenir ces examens mais aussi selon la disponibilité d'une offre alternative autre et la compatibilité avec les besoins effectifs de la personne ;
- > la remise d'un bilan écrit comprenant des préconisations, validées par le travailleur social référent pour s'assurer de leur validité et ne pas créer une démarche déconnectée de l'accompagnement. Ces préconisations peuvent inclure des formations spécifiques (voiture bien sûr mais aussi autres comme par exemple en matière de vélo).

Ce bilan peut se faire en une séance (typiquement d'une durée d'une heure d'entretien + le traitement des résultats et les préconisations), ou en quelques séances rapprochées permettant de mieux tester le niveau de connaissance et de maîtrise.

Il peut être l'occasion d'apporter un certain nombre de réponses et de solutions immédiates, en fonction des situations.

◆ Points forts

Le bilan permet de faire une cartographie des atouts et des freins de la personne, afin d'élaborer des étapes qui permettront de proposer un parcours d'autonomisation et une solution en matière de déplacement.

Il permet à la personne d'appréhender les difficultés rencontrées dans sa pratique de la mobilité, qu'il s'agisse de compétences sociales à mobiliser dans l'espace public, de connaissances techniques sur les offres et les solutions, ou d'autres freins, comme les idées préconçues.

Il permet en particulier un travail sur la représentation, en particulier sociale, de la nécessité de la voiture, et est également un lieu propice pour évoquer d'autres solutions non seulement pour la mobilité, mais également sur la possibilité d'accéder à un bassin d'emploi plus large, ou la réflexion sur le lieu de résidence, en particulier, en phase de choix de ce lieu.

Cette meilleure identification des difficultés et des besoins permet de valider les orientations vers les services appropriés, et évite les ruptures de parcours. En limitant les erreurs dans la préconisation des solutions, cette action optimise l'utilisation des ressources financières des structures.

◆ Facteurs clés de réussite

L'intégration de la mobilité inclusive, dans un parcours d'accompagnement socio professionnel est un véritable enjeu dans ce dispositif. En quoi l'absence de mobilité (financier, cognitif, matériel) peut être un frein à l'insertion sociale et ou professionnelle ? Le véritable défi de cette action est, en amont de tout accompagnement, d'assurer une sensibilisation des prescripteurs sociaux eux-mêmes qui sont responsables de l'orientation des publics.

Le temps avec les partenaires ne doit pas être négligé car ce sont ces professionnels qui orientent les publics et assurent le "pré-diagnostic", en d'autres termes le repérage de terrain afin de permettre de prendre en charge ensuite les publics en difficulté de mobilité.

L'action peut se développer grâce à la connaissance de l'offre de mobilité des territoires : chaque conseiller mobilité est affecté à une zone géographique pour laquelle il est le référent à la fois pour les partenaires et pour les publics. Il se doit de connaître finement l'offre pour permettre un accompagnement adapté aux besoins des publics. →

→ Les mises en situation réelles sont essentielles (pour les transports en commun, les transports adaptés et les déplacements piétons par exemple), ainsi que l'« aller-vers », par exemple avec des permanences dans des structures ou des visites à domicile pour les bilans individuels.

La dimension collective permet de dédramatiser certaines situations et incite de façon ludique et dans une ambiance plus décontractée aux personnes présentes de partager leurs expériences, leurs connaissances. A cela peut s'ajouter un accompagnement individuel, parfois indispensable dans certaines situations. Il permet d'évoquer des situations ou des difficultés plus personnelles sans avoir la crainte d'être jugé.

La prise en charge spécifique de séniors est possible grâce à une mobilisation importante des acteurs du territoire : professionnels de santé, activités paramédicales, acteurs de la mobilité, structures d'accueil et résidences spécialisées, partenaires sociaux, structures de loisirs... tous les acteurs susceptibles d'intervenir auprès de ce public et sur les territoires concernés doivent être contactés.

L'instauration d'une relation de confiance entre le conseiller mobilité et la personne accompagnée est primordiale. Lors des recrutements des conseillers, outre la dimension connaissance des enjeux de mobilité, des compétences d'animation d'atelier et d'entretien individuel, d'écoute et d'échange sont des qualités indispensables.

Intégrer l'accompagnement mobilité à des sorties loisirs, culturelles. Cet objectif, ce motif de sortie permet de donner du sens aux accompagnements et rendre concret les préconisations.

◆ Difficultés, points de vigilance

Il s'agit d'un dispositif lourd en matière de temps d'accompagnement, et qui nécessite la mise en place d'une méthodologie et d'un matériel d'animation adapté.

Un simple questionnaire n'est pas suffisant, un entretien personnalisé est indispensable.

Les équipes de conseillers doivent régulièrement retourner dans les structures chargées de l'accompagnement socio professionnel afin de sensibiliser les nouveaux professionnels dans les équipes aux enjeux de l'écomobilité

La mobilisation des publics séniors est difficile : en effet les habitudes des séniors sont parfois très ancrées, la thématique nécessite un travail de sensibilisation important avant de pouvoir "capter" ces publics.

Un grand nombre de personnes restent réticentes à faire venir à leur domicile des conseillers pour évoquer leur mobilité. Cette difficulté reste moins marquée pour mobiliser des séniors pour des ateliers collectifs réalisés dans des structures partenaires mais demeure une réalité.

EXEMPLE D'ACTEURS CONCERNÉS

CIAS, CCAS, collectivités locales, médiathèques, Filière Gérontologique, espaces séniors, MJC, centres sociaux, le tissu associatif local, secteur du logement, structures de service à domicile et de transport. Plus généralement tout relai d'information et d'orientation potentiel des publics.

I-B

ATELIERS ET FORMATIONS À L'AUTONOMISATION DANS LA MOBILITÉ

La mobilité ne se décrète pas, elle s'acquiert. Être autonome dans ses déplacements suppose de comprendre et maîtriser les réseaux de transports en commun par exemple, de pouvoir potentiellement passer d'un mode à un autre (TC au vélo par exemple), et surtout savoir se repérer et s'orienter sur un plan. Cela mobilise des connaissances et des compétences multiples et complexes. Ne maîtrisant pas celles-ci, certaines personnes se retrouvent en difficulté.

Parallèlement, les systèmes de transports intègrent de nouvelles technologies (internet, information en ligne, billettiques, etc.) qui imposent la maîtrise de nouvelles compétences, qui pour certains sont également source d'exclusion.

Les besoins de mobilité évoluent : les périodes de recherche de stage, d'emploi, de formation confrontent souvent les personnes à la mobilité et/ou à la découverte de nouveaux itinéraires. La rareté des emplois impose d'aller chercher le travail là où il se trouve, en faisant parfois de lourds compromis sur les temps de déplacements.

Les organisations de travail sont de plus en plus fragmentées (CDD, intérim, travail en équipe, en horaires décalés, etc.), notamment pour les secteurs d'activités accessibles aux salariés les moins qualifiés (entretien, logistique, conditionnement, restauration, etc.) et imposent une plus grande mobilité vers des zones ou pour des horaires parfois moins desservis par les transports en commun.

Ainsi, on constate que certains usagers ne recourent pas aux transports, même lorsqu'ils sont disponibles, faute de compréhension, d'information de base ou de compétences suffisantes. Certaines personnes ne savent pas où chercher les données dont ils ont besoin pour se déplacer, ou ne peuvent pas y accéder (non-maîtrise des compétences de lecture, non-accès à internet ou à un lieu physique tels que guichets, agences, etc.)¹.

Il est donc indispensable de mettre en place des actions visant à cette autonomisation dans la mobilité. Généralement réalisées sous forme d'ateliers, ces formations peuvent aborder plusieurs sujets :

> Savoirs de base : cours de français pour la mobilité, lecture de plans, recherches horaires, comment organiser un déplacement, utilisation d'outils papier et informatiques. Pour ces derniers, est étudiée l'utilisation des services disponibles par Internet, ainsi que sur smartphones.

> Conseils pour l'orientation : connaissance des services à la mobilité existants sur le territoire, mise en place concrète d'un déplacement, du début à la fin (théorique sur l'ensemble des données nécessaires et repérage du parcours, puis pratique avec réalisation concrète du déplacement). On peut utiliser différents outils (par exemple jeu vidéo d'apprentissage de la mobilité). Des parcours de découverte accompagnés sont également utilisés (transports en commun, parcours cyclables...)

> Emploi : développement d'un argumentaire vis-à-vis des employeurs. Ceux-ci peuvent être réticents à embaucher quelqu'un qui n'a pas accès à un véhicule individuel, par peur d'un absentéisme ou d'un manque de flexibilité futur lié à des problèmes de déplacements à cause de l'absence de véhicule personnel. Il faut donc être capable de montrer que l'on maîtrise sa mobilité et que l'on dispose de moyens autres de se déplacer.

Les "ateliers mobilités" sont des ateliers proposés pour des groupes de 5 à 12 personnes (en insertion, seniors...) afin de leur donner les clés de compréhension de l'offre de mobilité et de son fonctionnement, les sensibiliser aux modes alternatifs à la voiture individuelle, et les accompagner dans leur gestion de leur mobilité (outils, budget...). L'objectif est multiple : aider à la mobilité (pour favoriser un accès/retour à l'emploi, une insertion sociale...) et aider à réduire la dépendance à la voiture individuelle dans cette mobilité.

Les ateliers peuvent être délocalisés dans les structures (maison de l'emploi, maison de quartier, ...) à proximité des lieux d'habitation des publics concernés.

◆ Points forts

Un travail collectif permet d'agir sur la resocialisation de l'individu et favorise la réussite.

Les personnes sont valorisées par la réussite de la mission de déplacement qui leur est confiée.

1 - ARENE Ile de France, kit écomobilité.

L'expérimentation dans les transports en commun par une mise en situation concrète et accompagnée facilite vraiment l'utilisation ultérieure d'un moyen de transport difficile à appréhender au départ.

Ces actions permettent de travailler également sur des aspects de prévention et de sécurité.

◆ Facteurs clés de réussite

L'orientation des personnes doit se baser sur des solutions concrètes, en fonction de l'ensemble des services de transports collectifs et individuels disponibles sur le territoire.

La pédagogie doit être particulièrement adaptée au public. Les outils pédagogiques doivent être spécifiques à la résolution de problèmes cognitifs et les acquis facilement transférables dans la vie sociale et professionnelle.

Une co-animation peut rendre l'atelier plus fluide et plus impactant.

Le relationnel et la disponibilité du conseiller font partie des facteurs clés de succès.

Bien veiller à inviter large afin de sensibiliser et toucher le plus de public divers et variés afin de faire boule de neige.

Prévoir plusieurs ateliers pour laisser le temps nécessaire à l'animation.

Le temps disponible permet de tisser des liens entre structures, facteur clé de la réussite.

La connaissance du territoire permet une grande efficacité dans les actions mises en œuvre.

Réalisation d'un diagnostic préalable. Le fait de poser un cadre permet de sérier les objectifs et d'optimiser les actions engagées.

Dans une logique d'amélioration continue, l'animation et le contenu de la présentation sont adaptés en continue en fonction des retours propres à la conduite des ateliers (thématiques abordées en fonction des publics, degré d'interactivité...). Des tendances ressortent des fiches navettes remplies par les conseillers après chaque atelier, qui permettent d'identifier les principales difficultés et obstacles au changement de comportement (qui sont dû en partie à un manque effectif d'offre alternative ou à un coût élevé et l'absence de tarif solidaire sur certains services, et en partie à une méconnaissance de l'offre, à des représentations et des freins psycho-sociaux) mais également les points positifs et apports des ateliers (les arguments et thématiques suscitant l'intérêt des participants, les informations sur des offres ou aides financières jugées utiles...).

Chercher à établir des partenariats avec des structures permettant de systématiser la tenue d'atelier auprès des publics dans le cadre de "parcours d'écomobilité", ce qui nécessite une organisation rodée et la disponibilité correspondante des conseillers.



→ ◆ Difficultés, points de vigilance

Un partenariat avec les AOM et les opérateurs de transport est indispensable pour disposer des informations en temps réel.

Dans certains cas, il est difficile d'engager des partenariats opérationnels avec les AOM et les opérateurs de transport, à cause d'une méfiance de ces acteurs vis-à-vis d'actions extérieures.

Les différences de niveau de connaissance peuvent nécessiter des adaptations au sein des groupes et si possible la création de groupes de niveau. Cette préconisation peut s'avérer difficile à mettre en œuvre compte tenu d'autres contraintes (plannings, groupes déjà constitués...).

EXEMPLE D'ACTEURS CONCERNÉS

Structures sociales du territoire
(Pôle emploi, mission locale, associations...)

I-C

VÉLO-ÉCOLE

Les vélo-écoles proposent plusieurs types d'action :

- > Cours particuliers, en général pour les débutants (parmi lesquels on trouve beaucoup de femmes). Il s'agira de 5 à 6 séances individuelles d'une durée d'une heure.
- > Cours en groupe (jusqu'à 6 personnes), pour une reprise de la pratique du vélo après une période de non-utilisation. Ces cours peuvent être organisés pour des personnes dont le besoin a été identifié dans le cadre d'un bilan/diagnostic mobilité, ou à la demande de structures sociales (centres sociaux, structures de réinsertion). Ces interventions peuvent être ponctuelles ou s'inscrire dans des projets plus longs.
- > Sécurité des déplacements à vélo : action se déroulant en partie en extérieur, pour une mise en application pratique des enseignements théoriques. Le déplacement est alors l'occasion de découvrir les itinéraires existants (qui ne sont pas toujours connus).

Des bénévoles formés peuvent assurer l'encadrement, en plus des salariés des structures.

Les vélo-écoles peuvent fournir des vélos, mais il est conseillé si possible de venir avec son propre matériel si on en dispose.

Les tarifs sont variables en fonction du financement de l'action.

◆ Point fort

Les retours sont très positifs de la part des participants (reprise de confiance en soi par la réussite, émancipation, nouvelles possibilités de mobilité).

◆ Facteurs clés de réussite

La connaissance du territoire permet une grande efficacité dans les actions mises en œuvre.

Réalisation d'un diagnostic préalable : le fait de poser un cadre permet de sérier les objectifs et d'optimiser les actions engagées.

Adapter les propositions d'interventions aux objectifs spécifiques de chaque partenaire.

Inscrire la vélo école dans une offre mobilité plus large (ex : dans le cadre de l'offre d'une AOM ou "plateforme de mobilité").

Pouvoir activer un large réseau d'associations, d'acteurs publics, d'entreprises...

Mener une large concertation avec les acteurs vélo du territoire a pour créer des synergies et passer à l'échelle. C'est l'occasion d'une réflexion commune autour des enjeux et des freins au développement du vélo, ainsi que des actions prioritaires à entreprendre.

Communiquer via les médias locaux.

◆ Difficultés, points de vigilance

On constate qu'il est difficile ensuite de réellement faire aller les utilisateurs jusqu'à l'utilisation du vélo pour des déplacements "obligatoires" (par exemple les déplacements domicile-travail), et qu'on en reste encore fréquemment à la pratique du vélo-loisir.

Au-delà du vélo école les infrastructures vélo existantes localement peuvent être encore peu incitatives au changement de pratiques de mobilité.

Nécessité de faire évoluer le regard des décideurs sur la pratique du vélo et les freins institutionnels à la mise en œuvre d'une véritable politique vélo.

Particulièrement moteurs et essentiels dans l'écosystème du vélo, les associations et leurs bénévoles ne peuvent cependant pas assurer un pilotage fortement structuré ni déployer des moyens humains importants, quels que soit les moyens financiers mis à leur disposition. La leçon principale est la nécessité de faire monter en compétence et professionnaliser les acteurs du vélo, y compris associatifs (restant essentiels), pour massifier et structurer une politique vélo.

EXEMPLE D'ACTEURS CONCERNÉS

Structures sociales du territoire (Pôle emploi, mission locale, associations...)

I-D

APPRENTISSAGE DE LA CONDUITE

L'accès au permis de conduire peut être un facteur important d'insertion sociale et professionnelle, particulièrement dans les zones disposant de peu d'offres alternatives. Il convient cependant de rappeler qu'en fonction des situations personnelles de chacun (lieu de résidence, de travail, horaires...) il n'est pas toujours indispensable d'avoir le permis voiture. Des solutions alternatives de type covoiturage par exemple (voir plus loin) peuvent être proposées en alternative évitant la nécessité (et le coût) du permis, favorisant des déplacements vertueux et sans pour autant devoir acquérir un véhicule personnel.

Les conditions d'accès au permis de conduire sont de plus en plus compliquées pour les personnes les plus fragilisées ; certaines ont déjà entamé une préparation sans la mener à son terme pour des raisons variables : problématiques financières, manque de maîtrise des savoirs de base, difficultés de l'apprentissage (mobilisation de capacités cognitives et accès à l'autonomie en situation de conduite), etc.

La finalité de cette action est de donc de favoriser l'accès des personnes les plus fragilisées au permis de conduire lorsqu'elles en ont réellement besoin.

Les auto-écoles sociales ne sont accessibles qu'aux personnes dont on a déterminé la capacité effective à pouvoir réussir les examens (bilan de compétence spécifique code et conduite). Une réorientation est envisageable en fonction des premiers cours.

Elles offrent plusieurs services spécifiques :

- > Formation de base pour les personnes non inscrites en auto-école et dont les difficultés (cognitives, maîtrise du français, financières) empêchent immédiatement d'intégrer un parcours d'apprentissage ordinaire.
- > Accompagner des personnes déjà inscrites en auto-école mais qui rencontrent des difficultés pour la validation de l'examen jusqu'à son obtention et/ou la reprise de confiance en soi et l'acquisition de l'autonomie.
- > Offrir un service classique d'apprentissage du code et de la conduite selon des modalités adaptées aux publics. Ce service est complémentaire de l'envoi en auto-écoles ordinaires à tarifs subventionnés, et est plus adapté pour les publics ayant le plus de difficultés d'apprentissage. Dans ce cas, l'auto-école solidaire dispose de ses véhicules et moniteurs.

Au-delà d'une durée fixée à l'avance sans obtention du permis (typiquement 2 ans), la situation peut être réexaminée et le parcours arrêté sans évolution significative. D'autres solutions sont alors envisagées (autre permis, autre mode de déplacement).

◆ Points forts

La qualité de l'accompagnement peut assurer la réussite du dispositif.

L'action répond à des besoins spécifiques en faisant appel à des savoirs faire, outils, pédagogie et accompagnements en adéquation avec les difficultés rencontrées. Elle s'adapte au rythme et ressources des personnes.

Elle replace la personne en situation de réussite (et non d'échec en la maintenant sur des niveaux d'apprentissages au-dessus de ses capacités).

Pour les personnes sans formation et qualification initiale, l'accès à cette ressource est hautement symbolique et s'apparente, à obtenir au-delà d'un examen, une reconnaissance sociale.

Ce dispositif d'aide est multi dimensionnel, permettant de travailler non seulement à l'apprentissage de la conduite, mais aussi à l'acquisition de différents apprentissages essentiels pour une autonomie de vie (qui peuvent être variables mais qui peuvent inclure des compétences de base, de l'orientation...).

◆ Points de vigilance

Les besoins humains pour le suivi des personnes en parcours pour un accès au permis sont importants et le nombre de personnes suivi en est donc réduit.

Si le taux d'échec et d'abandon est faible grâce à l'accompagnement, la durée d'obtention est en général supérieure aux prévisions, à cause de la disponibilité des élèves, du financement complémentaire à mobiliser.

Le financement nécessite d'avoir validé préalablement les conditions indispensables à la réussite (nécessité avérée d'avoir le permis, motivation forte, temps disponible, niveau initial en adéquation avec les exigences, budget établi avec rigueur et participation financière individuelle), sinon des fonds seront mobilisés pour cofinancer un permis de conduire qui ne sera pas mené à son terme.

Il faut savoir réorienter les personnes dont on a déterminé qu'elles ne pourront pas valider la démarche. La personne qui pose ce diagnostic doit être expérimentée et capable d'expliquer que d'autres solutions existent et effectuer la réorientation.

Ces structures interviennent en complément des auto-écoles commerciales (« classiques »), qui peuvent être parfaitement adaptées à certains publics, sous réserve de financement. Elles ne doivent pas être considérées comme concurrentes, ce qui nécessite une analyse préalable du besoin des bénéficiaires pour les orienter correctement vers la structure adaptée.

Il est souhaitable dans la recherche d'une mobilité non seulement inclusive mais également durable, d'accompagner la formation à la conduite par une formation plus sobre ("écoconduite").

INFORMATION ET FORMATION DES TRAVAILLEURS / PRESCRIPTEURS SOCIAUX

Les formations de prescripteurs peuvent par exemple prendre la forme d'ateliers à destination des personnes recevant du public : agents des collectivités (EPCI, communes), prescripteurs sociaux, acteurs du logement et autres conseillers de l'accompagnement socio-professionnel. Elles ont pour objectif d'outiller ces personnes pour les mettre en capacité de conseiller les publics fragiles dans une problématique d'écomobilité, au-delà de l'approche traditionnelle de ces réseaux, plutôt tournés historiquement vers des réponses de type "mobilité inclusive" non nécessairement imprégnée de développement durable. La priorité pour les prescripteurs demeure habituellement et avant tout une réponse qualifiée d'urgence en matière de mobilité, quel que soit le mode, et plutôt a priori tout automobile.

Les travailleurs sociaux jouent un rôle crucial pour la réduction de la précarité et apporter des solutions de mobilité aux personnes qu'ils accompagnent. En effet, ils sont la porte d'entrée vers les actions spécifiques mises en place par les autres acteurs. Des formations à leur intention peuvent leur permettre :

- > d'être formé au diagnostic et au suivi des parcours mobilité, en leur donnant des outils pour l'évaluation des besoins en mobilité, l'analyse de la demande des personnes en insertion et une connaissance précise des enjeux ;
- > de faire changer les représentations liées aux déplacements pour intégrer la problématique de la mobilité et de la mobilité durable en particulier dans les entretiens afin de mieux orienter les personnes en difficulté et d'optimiser les aides matérielles et financières à la mobilité, tout en recherchant la solution la plus sobre ;
- > de développer un argumentaire sur l'existence d'alternatives à la voiture individuelle, plus sobres et moins polluantes. Il s'agit de les convaincre de cette possibilité, alors que pour certains d'entre eux, la seule solution envisageable a priori est l'accès à la voiture individuelle ;
- > de leur présenter l'ensemble des actions d'accompagnement à la mobilité existantes sur leur territoire ;
- > de connaître les offres de mobilité existantes pour être en capacité d'une réponse complète, pas seulement centrée sur la voiture en mode solo.

Différents outils peuvent être mis à leur disposition, en particulier des plateformes Internet qui recensent l'ensemble de l'offre disponible (guides interactifs, fiches téléchargeables, liens Internet, flyers, vidéos...), avec un accès privilégié pour les accompagnateurs.

◆ Point fort

La mise à disposition d'outils pratiques permet au prescripteur de disposer rapidement de l'information nécessaire pour répondre de façon complète (tous modes) à la demande de la personne.

◆ Facteurs clés de réussite

Les acteurs de l'action sociale sont une cible très large (Missions Locales, Pôle Emploi, structures de formation, CIAS, MJC, centres sociaux...). S'appuyer, pour mobiliser, sur un noyau dur au départ, parmi les plus intéressés par la thématique de l'écomobilité. Il peut être opportun d'ouvrir cette cible afin de capter un public en précarité qui ne fréquente pas forcément ces structures en allant à la rencontre par exemple des clubs de sport, associations culturelles, associations d'habitants...

La cartographie des acteurs et un travail sur le calendrier prévisionnel d'action sont réalisés en amont pour déterminer les lieux et les périodes les plus propices pour les animations grand public et les temps d'échanges avec les prescripteurs. Ces rencontres permettent de structurer un réseau d'acteurs et d'identifier des besoins prégnants pour établir une feuille de route :

- > besoins d'ordre informationnel : avoir des informations claires sur l'ensemble des offres de mobilité sur le territoire, besoin de simplification des démarches,
- > besoin d'accompagnement : fortes demandes d'actions de sensibilisation.

Pour initier le changement de comportement et rationaliser les choix de mobilité, il faut une diffusion de l'information et la communication, par exemple un guide mobilité, dans le but de communiquer sur les offres de transport disponibles sur le territoire et de sensibiliser les prescripteurs comme les habitants aux différentes solutions.

Rédaction des guides avec les partenaires pour prendre en compte leurs besoins et attentes réels.

Importance de la co-construction pour impliquer les relais dès le début de l'action.

Action très concrète et appréciée mais qui nécessite du temps de concertation pour construire un outil pertinent.

Proposer une diffusion large des guides (pas seulement aux prescripteurs), à destination des partenaires publics liés aux usagers (mairies, office de tourisme, etc.) ou à la mobilité (employeurs, etc.).

Proposer des soutiens souples (de type réunion en visio) pour les formations.

Engouement pour les partenaires d'outils innovants (par exemple Escape Game) ludiques et conviviaux.

L'envoi de newsletter tous les mois permet de tenir informés les partenaires et prescripteurs des actions prévues sur le territoire. L'organisation de points réguliers permet de recenser leurs avis et leurs besoins en termes d'animations.

◆ Difficultés, points de vigilance

Il est constaté une difficulté d'attirer les travailleurs sociaux dans ces formations, car, en général, ils manquent de temps (et sont peu intéressés par la mobilité durable spontanément) pour se former, particulièrement sur des actions qui ne sont pas toujours considérées comme prioritaires.

La nature évolutive des informations nécessite une mise à jour très régulière des bases de données (horaires des transports en commun, actions d'accompagnement à la mobilité disponibles...).

La structuration et cette mise à jour de l'information est très chronophage.

Une communication importante autour des outils mis à disposition doit être envisagée (au lancement de l'outil mais aussi de manière continue ou plus périodique). Une présence aux forums emploi, peut permettre de se faire connaître auprès des prescripteurs mais aussi des publics et des employeurs

Mettre en place à l'avance un cycle de 3 ou 4 dates sur l'année afin de faciliter une programmation de ces événements pour les prescripteurs.

Un format de "webinaire", planifié longtemps à l'avance et sur inscription libre permet d'attirer davantage de participants – à condition d'être diffusé et communiqué par les bons canaux, afin de ne pas toucher que les initiés mais justement les professionnels insuffisamment sensibilisés.

L'ensemble des acteurs montre un réel intérêt pour cette thématique. En effet, s'il y a globalement un manque de connaissance des moyens de transports existants de la part de leurs publics (jeunes, personnes en recherche d'emploi, en formation, sans permis, sans véhicule...), la résistance à l'utilisation d'autres modes de déplacement ne vient pas que de là. Pour beaucoup, il semble complexe d'aller au-delà de leur commune, de leur vallée. Aussi, des actions permettant de travailler sur la perception que peuvent avoir les prescripteurs comme leurs bénéficiaires des différents modes de transports est nécessaire pour permettre un passage à l'acte.

Pour inciter le maximum de personnes à changer leur façon de se déplacer sur le territoire, il faut une mobilisation constante (c'est à dire entretenue/renouvelée) des différents acteurs locaux (associations, écoles, partenaires, commerces) pour garder une dynamique collective dans le relai des informations sur la mobilité.

L'engouement suscité ne doit pas s'arrêter brutalement sous peine de voir s'arrêter les bonnes pratiques. La communication doit régulièrement être réactivée en mettant en avant de nouveaux dispositifs, ou de nouvelles fonctionnalités ou de nouvelles offres.

EXEMPLE D'ACTEURS CONCERNÉS

Prescripteurs sociaux : assistants sociaux, conseillers Pôle Emploi, animateurs Régie de Territoire, mission locale jeunes, pôle emploi, CCAS, CIAS, mission locale jeunes.

Représentant du monde socio-économique : collectivités, Département, Région, Hôpital, Éducation Nationale, monde associatif, entreprises...

I-F

ACCOMPAGNEMENT AU CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

L'accompagnement au changement de comportement est le pendant indispensable de toute réponse technique concrète en matière d'écomobilité inclusive. Démonstration est faite, encore plus en zone rurale ou moins bien équipée en offre de transports alternatifs à la voiture en mode solo, que la seule réponse technique si elle est indispensable n'est plus suffisante pour garantir un basculement significatif de la population. Les freins au changement sont nombreux : représentation sociale, méconnaissance de l'offre, incapacité à se déplacer facilement en autonomie, habitude et dépendance à la voiture ancrée, offre alternative faible ou inadaptée...

Ce basculement de pratique qui doit accompagner une offre alternative crédible est un effort permanent qui doit s'appuyer sur autant d'outils que de cibles ; L'effort est continu comme tout apprentissage qui est long, difficile et instable. La fidélisation des comportements est longue à acquérir et nécessite le déploiement non seulement d'une offre technique souple et adaptable mais en regard d'une communication et d'un accompagnement de tous les instants, sur le terrain et au plus près des usagers.



→ Cet accompagnement peut prendre des formes très variées et innovantes dans tout le panel potentiel de la communication et de l'animation : supports physiques, sites internet, animations de quartier, réseaux sociaux, publications, jeux, salons...

◆ Point fort

Le déploiement constant d'un accompagnement au changement de comportement combiné à des réponses sobres en matière de mobilité est un grand pas vers la réussite d'une politique alternative à la voiture en mode solo.

◆ Facteurs clés de réussite

L'organisation d'évènements de type challenge est un bon levier pour inciter les habitants et salariés du territoire à modifier leur façon de se déplacer sur le territoire. Pour inciter les habitants à participer à ces défis, il faut une mobilisation des différents acteurs locaux (associations, écoles, partenaires, commerces) dans le relai de l'information combinée à une communication de terrain.

Inciter les habitants à changer leur façon de se déplacer sur le territoire passe aussi par la reconnaissance et la valorisation des personnes qui font ce changement. Ainsi, il est possible d'organiser une campagne de témoignages en faveur d'une mobilité plus respectueuse de l'environnement (par exemple sur le thème : « Se déplacer autrement, me rend heureux tout simplement »).

Pour relayer l'information au plus grand nombre, combiner la communication de terrain à l'utilisation des canaux de communication variés (panneau d'affichage, réseaux sociaux, presse).

La multiplicité des modes et canaux de diffusion de l'information et le côté répétitif de la communication apparaissent comme nécessaires pour toucher un plus large public et arriver à faire évoluer les mentalités.

Création d'un site internet dédié à la mobilité et le faire vivre pour faciliter les déplacements des habitants.

La réception de Guides mobilité est très positive, tant du point de vue des bénéficiaires que de celui des élus, techniciens, prescripteurs sociaux et autres partenaires. Ils constituent un outil de travail très utile dans le cadre des ateliers.

Un "disque de stationnement", outil simple et pratique pour les automobilistes, permet de valoriser le programme avec une ligne positive et décalée, non culpabilisante qui est très bien accueillie.

Une campagne de communication sur les réseaux sociaux (Facebook) permet de développer l'audience (du territoire porteur et de la thématique) hors des canaux institutionnels, avec une tonalité plus accessible et ludique. Les réseaux sociaux sont un canal privilégié pour maximiser l'audience de campagnes de communication visant le grand public.

D'une façon générale, l'efficacité de ce type d'accompagnement aux changements de comportement est accrue en mutualisant les moyens et outils.

Communiquer tout au long de l'avancement de l'action afin de faciliter l'appropriation des futures réalisations.

Assurer le portage des actions par une équipe pluridisciplinaire.

Externaliser l'animation, la concertation avec un autre prestataire que le bureau d'études techniques.

Avoir un lieu ressource et clairement identifié sur le territoire pour la mobilité.

Les établissements scolaires ne sont pas des structures classiques, qui doivent respecter tout un ensemble de démarches liées à l'éducation nationale (projets pédagogiques, calendrier différent, autorisations spéciales pour les établissements publics, sorties en dehors des établissements, durées des interventions, etc.) et qui ont donc des besoins spécifiques, dont il faut prendre connaissance, dès le début du programme.

Les formations proposées doivent être très pratiques et participatives.

Parmi les entreprises cibler en priorité celles avec des horaires de travail standard (plus facile pour encourager le covoiturage notamment) qui pourraient être pionnières en matière d'éco-mobilité et donner envie à d'autres de s'y intéresser.

Les formations VAE plaisent beaucoup pour redonner confiance en soi, acquérir de nouvelles compétences aux travailleurs sociaux.

Dès le démarrage de l'action, informer les habitants que la commune se lance dans un travail de réflexion stratégique sur les mobilités douces et prévoir les temps de participation et concertation.

Constituer un groupe d'élus – citoyens pouvant être mobilisé pour le diagnostic, pour faire des propositions, pour informer.

La mise en place d'un partenariat dès le début du programme facilite un déploiement rapide de l'action.

Importance de l'expérimentation et de la répétition dans l'acquisition de compétences.

Les partenaires sont des relais auprès des bénéficiaires (motivation, rappel du cadre de l'action, des horaires, lieux de rendez-vous, etc.).

Une bonne coopération avec les EPCI partenaires avec des échanges réguliers au niveau technique permet de jouer sur les complémentarités concernant les actions mises en place.

Les ateliers pratiques (de réparation vélos par exemple) rencontrent un bon succès, car ils sont bien situés dans les quartiers, sont visibles, réguliers, et les acteurs locaux (toujours présents) permettent de bien relayer l'information.

Systématiquement proposer aux structures 2 demi-journées d'ateliers (l'une théorique et l'autre pratique).

La mobilisation des acteurs. Solliciter et mobiliser les acteurs et habitants peut être très chronophage et énergivore (sur un stand, une réunion, une visio, une animation). Bien cibler les actions et les acteurs pour gagner en efficacité. Exemples : réunion des ambassadeurs en visio pour éviter le temps de trajet aux personnes, s'appuyer sur des tiers-lieux/ associations pour les projets avec des personnes prêtes à s'intéresser à ces sujets et plus proches du changement de comportement effectif, s'appuyer sur les élus moteurs, etc.

◆ Les points de vigilance

Clairement identifier des personnes clés motivées ("influenceurs") sur qui s'appuyer pour lancer les actions que ce soit au sein de la collectivité, comme au sein des entreprises.

Les freins à l'expérimentation : pour certains projets innovants, chercher à lever les difficultés d'ordre technique, juridique et composer avec les moyens humains, souvent limités. La question des assurances pour mettre en place ce type de projets peut également être un sujet central (ex : minibus partagé).

EXEMPLE D'ACTEURS CONCERNÉS

Les acteurs : enseignants, animateurs des structures jeunesse, prestataires extérieurs
Communes, élus, agents et en priorité ceux qui se déplacent le plus dans le cadre professionnel pour les formations écoconduite.

Travailler en amont avec des partenaires tels que CMA, CCI, collectifs employeurs ... pour mobiliser les entreprises.

Les cibles de ces actions sont le grand public, c'est-à-dire tous les habitants du territoire. Les animations réalisées doivent être adaptées aux différents publics. Les messages / slogans de communication doivent être choisis pour chaque cible et les figurants retenus pour la campagne représenter des profils variés, utilisant des modes de déplacements adaptés à leur profil et répartis sur l'ensemble du territoire.

II > DES ACTIONS CONCRÈTES PERMETTANT D'ACCÉDER À UNE OFFRE DE MOBILITÉ

II-A.1.1

LOCATION DE VOITURES

En fonction des besoins exprimés par la personne envoyée par un travailleur social ou une structure pour le retour à l'emploi, une voiture peut être mise à disposition de la personne, pour une durée assez courte (en général variant de quelques semaines à quelques mois). Autant que possible le véhicule, en l'absence de toute autre solution, sera à faible émission, voire partagé. La location se fait après validation de la demande par le travailleur social qui accompagne la personne, après s'être bien assuré qu'il n'y avait pas d'autre solution envisageable. Les déplacements doivent être liés à des actions d'insertion professionnelle (formation, recherche d'emploi, reprise d'emploi).

Le montant est variable en fonction des structures, mais est de l'ordre de quelques euros par jour (environ 5 €/jour) pour une voiture (plus frais d'essence).

Une caution (qui n'est pas encaissée) est fournie à la location et peut servir à couvrir les éventuels frais de réparation.

On peut demander au conducteur qu'il s'engage à covoiturer en fonction des demandes.

Les voitures sont soit propriété de la structure (soit en pleine propriété soit en crédit-bail), soit louées à un prestataire.

◆ Point fort

Cette action répond avant tout aux situations d'urgence

◆ Difficultés, points de vigilance

Il faut que la personne soit titulaire du permis, ce qui peut constituer un vrai frein à cette solution.

La mise à disposition de véhicules ne résout que provisoirement la difficulté rencontrée par la personne qui bénéficie du service. Une fois la période de location terminée, la situation a pu ne pas évoluer (soit par réparation du véhicule dont la personne est propriétaire, soit par l'achat d'un véhicule) et une nouvelle location inenvisageable (en général à cause de la durée maximale de 3 mois).

L'entretien des parcs de véhicules est un poste de dépenses coûteux pour les structures gérant cette ressource.

Cette action ne devrait s'inscrire que dans une réflexion globale visant à résoudre sur le fond le problème de mobilité des personnes concernées et ne pas être une solution momentanée et par défaut.

La période de location doit être mise à profit pour trouver une solution pérenne.

II-A.1.2

AUTOPARTAGE

Les services d'autopartage classiques consistent :

- > soit en la mise à disposition de véhicules par un prestataire ou gestionnaire de flotte,
- > soit à la mise à disposition de véhicules personnels par des particuliers.

En règle générale, ces services sont difficilement accessibles à des personnes en situation de précarité, pour des raisons en particulier de coûts, de manque de lisibilité, de la complexité apparente et de tarif perçu comme trop onéreux.

Il est possible de mettre en place un service d'autopartage spécifiquement dédié à ce public précaire, avec des conditions d'accès plus souples et des tarifs adaptés (de l'ordre de 5 € par jour hors carburant). Il s'agit de mises à disposition de courte durée (1/2 journée à 1 journée).

Les véhicules sont propriété du prestataire ou de celui qui propose le service.

Ce service vient en complément des autres services d'autopartage.

◆ Point fort

Élargissement du public utilisateur de l'autopartage.

◆ Facteur clé de réussite

La meilleure approche reste une communication ciblée et très opérationnelle en local, pour une meilleure appropriation.

◆ Difficultés, points de vigilance

La quantité de véhicules mis à disposition conditionne les possibilités d'accès effectif au service, surtout en milieu rural.

D'une façon générale, on ne peut que constater la difficulté de lever les freins à l'utilisation de l'autopartage chez les publics précaires, qui ne sont pas que financiers. L'idéal de la possession de la voiture, le système de tarification restant peu lisible pour certains, et l'image d'un service réservé aux actifs urbains aisés.

II-A.1.3

COVOITURAGE

En fonction des besoins exprimés par la personne envoyée par un travailleur social ou une structure pour le retour à l'emploi, l'accès à une voiture peut être proposée sans acquisition ou location mais sous forme partagée de covoiturage.

Le covoiturage peut être proposé en constatant qu'il n'y a pas d'autre solution envisageable. Les déplacements doivent être liés à des actions d'insertion professionnelle (formation, recherche d'emploi, reprise d'emploi) par exemple mais plus généralement pour toute activité nécessaire à la vie quotidienne.

Le montant est variable en fonction des structures, mais est de l'ordre de quelques euros la course.

Le covoiturage consiste à proposer un service où des propriétaires acceptent de prendre en charge un ou plusieurs passagers dans leur voiture.

Ces services sont en général structurés par une collectivité porteuse (mais aussi par des opérateurs privés ou associatifs) qui peut prendre en charge la communication, les infrastructures et une partie des frais liés au fonctionnement du service (garantie de course pour le conducteur par exemple).

Il est possible de mettre en place un service de covoiturage spécifiquement dédié au public précaire, avec des conditions d'accès plus souples et des tarifs adaptés ainsi qu'un accompagnement et des outils de promotion et de mise en œuvre adaptés.

◆ Point fort

Cette action peut répondre aux situations d'urgence comme du quotidien

◆ Facteurs clés de réussite

L'accompagnement par un prestataire spécialiste du covoiturage.

L'animation réalisée avec un partenaire qui connaît le territoire et ce sujet spécifique.

La multiplicité des canaux de communication (supports papiers, médias -journaux, radio- réseaux sociaux) et animation afin d'assurer la compréhension du fonctionnement du dispositif par les usagers finaux.

Ne pas sous-estimer le besoin de communication et d'animation sur le long terme, facteur fondamental de réussite.

Une plateforme numérique de covoiturage n'est qu'un élément d'un système plus complet. Le facteur humain d'accompagnement des usagers reste un élément clef (ainsi qu'un service téléphonique).

Promouvoir le facteur humain : le service proposé ne peut que fonctionner si les relations humaines sont garanties par une présence significative des agents des structures partenaires, vis-à-vis des bénévoles et des utilisateurs. L'utilisation des outils numériques doit être conçue et organisée en tenant compte de ce principe.

Bien intégrer certaines exigences spécifiques à ces publics, notamment en ce qui concerne la plateforme internet, par exemple : une attention particulière à l'ergonomie et aux fonctionnalités, à la facilité d'accès, l'utilisation appuyée d'éléments graphiques.

Prendre le temps de faire de la pédagogie pour s'assurer de l'engagement des partenaires associés dans la promotion de l'expérimentation.

Ne pas sous-estimer le temps nécessaire à ce que la dynamique se mette en place.

Rencontrer chaque partie prenante dès le lancement du projet.

S'appuyer sur des relais, prescripteurs pertinents, en faire des partenaires autant que possible (il faut qu'un minimum de personne sache parler du service).

Partager l'expérience de territoires similaires pour rassurer et montrer la pertinence du dispositif.

Programmer une campagne de communication et d'animation intensive pour assurer un bon démarrage.

Offre attractive adaptée à la cible et à ses besoins.

Accompagner le changement de tous les acteurs de la chaîne : RH, dirigeants, agences d'interim, et usagers.

Mettre en place un travail de conception dès les premières phases du projet, en impliquant le plus possible les futurs utilisateurs du service.

Concevoir le modèle économique du service en amont de l'expérimentation : plusieurs hypothèses peuvent exister, mais elles doivent être assez définies pour être testées lors des expérimentations : ressources nécessaires, coûts, nombre d'usagers minimum, identification du "point mort".

Besoin de bâtir une gouvernance claire préalablement au démarrage de l'expérimentation, afin de définir les rôles et les responsabilités des acteurs impliqués sur la durée de l'expérimentation et surtout au-delà : structures partenaires avec un rôle opérationnelles, les collectivités de proximité et les institutions. Qui apportera les financements ? Qui gèrera les budgets ? Qui portera les investissements et les coûts de fonctionnement ? Qui maintiendra le service et les outils associés en conditions opérationnelles ?

Trouver des synergies avec d'autres initiatives locales : il est important d'éviter le cloisonnement des services et la démultiplication des applications numériques. L'outil numérique ainsi que les processus opérationnels de gestion du service et d'accompagnement des utilisateurs doivent être pensés dans un contexte d'intégration avec d'autres services présents sur le territoire ou pressentis (qu'ils concernent le covoiturage et les transports ou d'autres thématiques), notamment dans le long terme en vue d'une pérennisation de l'initiative.

Réaliser un REX transparent : cette étape est fondamentale pour pouvoir améliorer et adapter le service aux besoins réels de la population. Le REX doit être transparent pour analyser de manière objective les aspects « qui n'ont pas ou mal fonctionné » et doit être aussi partagé avec l'ensemble des acteurs.

Les acteurs déterminants du succès de la sensibilisation des salariés sont les personnes qui auront la capacité de relayer l'information auprès des salariés : les responsables Qualité Sécurité Environnement, les Responsables Ressources Humaines ou Délégués du Personnel qu'on peut qualifier d'« influenceurs » en entreprise.

Pour réussir à toucher les salariés, la première étape qui consiste à recruter ces influenceurs au sein des grosses entreprises (en général plus de 50 salariés) ou les EPCI du territoire est très chronophage.

Cette durée de l'action est bien un facteur déterminant pour réussir à déployer une importante campagne de mobilisation des entreprises, ce qui nécessite beaucoup de préparation, de rendez-vous individuels et d'énergie pour un travail de mobilisation qui en plus ne porte ses fruits qu'au bout de quelques mois de démarches.

La collaboration pointue avec les acteurs de la mobilité du territoire, AOM, EPCI et acteurs de la solidarité se consolide au cours du temps et permet de démultiplier l'impact des actions.

Le covoiturage que le service doit être adapté au territoire, à sa densité. Ainsi, l'offre de covoiturage dynamique est appropriée sur des axes où les origine-destination communes sont assez fortes. Pour les territoires les moins denses, une offre plus souple est nécessaire. Une solution frugale et basée sur l'entraide correspond aux objectifs et contraintes propres à cette offre de service, mais une animation et une communication intensive seront nécessaires pour créer les conditions de sa réussite.



→ L'accompagnement au changement de comportement par des animations locales, de la sensibilisation des jeunes et des adultes et la nécessité de conduire un travail à l'échelle intercommunale sont indispensables.

◆ Difficultés, points de vigilance

S'assurer du portage politique du projet.

La pluralité d'acteurs locaux (institutionnels et associatifs), et le tissu d'initiatives, apportent une grande richesse et un dynamisme important mais impliquent également une gouvernance complexe dans laquelle s'intégrer.

Des difficultés rencontrées dans le cadre de l'expérimentation peuvent être liées à la gouvernance locale. Les structures ont parfois de véritables difficultés en termes de coordination avec les collectivités de proximité (mairies, communautés de communes) ainsi que de ressources disponibles (moyens humains et financiers). Leurs relations avec les collectivités locales peuvent se révéler insuffisamment structurées et clarifiées en termes de rôles et de responsabilités. La mobilité solidaire est de fait une question commune aux politiques de mobilité et sociales.

Il est très important que les collectivités locales portent l'initiative et supportent les partenaires locales (i.e. les structures associatives), en termes de relais de l'information et aussi de ressources et moyens.

Le manque de synergie entre des initiatives complémentaires est également un facteur de complexité : cela peut occasionner des situations concurrentielles entre des projets qui pourraient être développés de manière coordonnée.

Le temps long nécessaire préalable au lancement pour impliquer toutes les parties prenantes (élus, communes, acteurs relais...).

La montée en puissance pour les passagers nécessite beaucoup de temps et de maintenir les actions pour rendre le service visible.

L'acceptation de certaines communes, déterminantes par rapport aux tracés des axes et arrêts pressentis ou définis.

Analyse fine nécessaire en permanence pour ajuster les messages et notamment pour faire correspondre offre conducteur et demande passager.

Le nombre de bénévoles est un aspect critique. Préalablement au lancement du service, il est nécessaire d'avoir un panel minimum de bénévoles inscrits et disponibles. Cela permet de répondre positivement aux premières demandes de déplacement reçues de la part des premiers utilisateurs du service.

Le profil des bénévoles est également une question à traiter, car souvent leur profil est assez homogène (personnes âgées et retraitées), ce qui ne permet pas toujours d'adapter l'offre aux souhaits et profils des utilisateurs, en termes d'agenda, d'intérêts communs, etc.

Anticiper les marchés publics !

EXEMPLE D'ACTEURS CONCERNÉS

Communes, Département

Associations du territoire

Acteurs économiques du territoire
(entreprises)

II-A.2

ACQUISITION D'UNE VOITURE

La vente de véhicules d'occasion à tarifs réduits permet aux personnes précaires d'accéder à la propriété d'une voiture. Ces véhicules sont préalablement donnés par des particuliers ou des sociétés. L'action si elle peut répondre à une question d'urgence soulève la question centrale de la qualité du véhicule mis à disposition. D'occasion il peut présenter par principe des performances environnementales très dégradées par rapport à un véhicule plus récent et ne pas répondre correctement aux objectifs conjoints d'une mobilité à la fois durable et inclusive.

Les donateurs particuliers bénéficient d'une réduction d'impôts égale à 66% du montant de leur don (art. 200 du CGI) et les entreprises d'une réduction de 60 % (cf art 238bis du CGI).

Cette prestation est en général assurée par un garage solidaire, qui peut :

- > expertiser la voiture afin d'estimer le coût des réparations nécessaires pour la revente,
- > estimer le prix de revente.

Si les frais de remise en état sont supérieurs au prix de revente estimé, le véhicule ne peut pas être accepté.

Le garage effectue ensuite les réparations nécessaires (remise en état) avant la mise en vente, pour un prix en général compris entre 1500 à 2500 €, comprenant la carte grise, les plaques d'immatriculation, le contrôle technique ainsi qu'une garantie de trois mois.

Celui-ci aide les acquéreurs à choisir le véhicule, à effectuer les démarches administratives, à rechercher une solution de financement.

L'achat d'un véhicule d'occasion dans ces conditions est soumis à condition de ressources, ou être effectué par une association d'intérêt général et d'utilité sociale.

◆ Point fort

Un service qui peut combiner différentes activités et permettre aussi bien un accès à la vente que des services de conseil pour l'achat et participer à l'activité d'un garage solidaire.

◆ Difficultés, points de vigilance

Vérifier que la personne qui fait l'acquisition du véhicule aura bien les moyens d'en assumer les dépenses (assurance, entretien, carburant).

Peut être une solution de facilité et empêcher une réflexion plus large sur la mobilité.

Maintien des voitures anciennes et potentiellement plus polluantes dans le parc automobile.

II-A.3

GARAGE SOLIDAIRE

Les garages solidaires sont des associations et non des entreprises commerciales. Leur but est de permettre à des personnes n'ayant pas les moyens financiers de s'adresser à un garage classique d'accéder à des services de réparation et services annexes.

Pour bénéficier de coûts de main d'œuvre moins élevés, certains mécaniciens sont en parcours d'insertion, tout en restant sous le contrôle d'un professionnel.

Les garages solidaires peuvent également mettre à disposition des outils et un coin de l'atelier, à des tarifs réduits, pour les personnes qui souhaitent réaliser elles-mêmes les réparations, en bénéficiant du conseil d'un professionnel.

Ces services de réparation peuvent être destinés aux deux-roues, motorisés ou non, comme aux voitures.

◆ Points forts

Réparations moins onéreuses avec la possibilité de conseils à l'entretien et à l'achat.

Un service qui peut combiner différentes activités et permettre également un accès à la vente (remise en état, revente de véhicules sur base de donation), que des services de conseil pour l'achat.

Permet d'offrir de l'activité à des personnes en démarche d'insertion.

◆ Difficultés, points de vigilance

Il est nécessaire de rester dans le domaine non concurrentiel.

Nécessite un budget et un équipement importants à l'investissement.

II-A.4

AIDES FINANCIÈRES AU DÉPLACEMENT EN VOITURE

Une aide à la mobilité est disponible auprès de Pôle Emploi à des conditions cumulatives :

- > situation au regard de l'emploi et revenu,
- > pour des activités particulières (recherche d'emploi, formation, entretien, reprise d'emploi pour une durée supérieure à 3 mois...),
- > pour des déplacements d'une longueur ou durée supérieure à un seuil (plus de 60 km ou 2 h AR),
- > pour des durées limitées (durée de la formation, 1 mois en cas de reprise d'emploi).

Le montant est de 0,20 € par km, plafonné à 5 000 €/an.

◆ Point fort

Permet de couvrir une partie des frais et d'accéder effectivement à la formation ou à l'emploi.

◆ Difficultés, points de vigilance

Bien vérifier que la voiture est vraiment le mode de déplacement adapté à la situation (au moment de l'aide et au moment de l'arrêt de l'aide) et éventuellement réorienter vers d'autres modes.

Ne couvre pas la totalité des frais.

N'est valide que pour un certain temps, et peut donc (re)mettre les personnes en situation de précarité au moment de l'arrêt de l'aide.

II-B.2

LOCATION DE 2 ROUES MOTORISÉES

En fonction des besoins exprimés par la personne envoyée par un travailleur social ou une structure pour le retour à l'emploi, est mis à disposition de la personne, soit un cyclomoteur, soit un scooter, pour une durée variant de quelques semaines à jusqu'à 3 mois. La location se fait après validation de la demande par le travailleur social qui accompagne la personne, après avoir vérifié qu'il n'y avait pas d'autre solution envisageable. Les déplacements doivent être liés à des actions d'insertion professionnelle (formation, recherche d'emploi, reprise d'emploi).

Le montant est variable en fonction des structures, mais est de l'ordre de 2 à 4 €/jour (plus frais d'essence).

Une caution (qui n'est pas encaissée) est fournie à la location et peut servir à couvrir les éventuels frais de réparation.

Les deux roues sont en général propriétés de la structure.

◆ Point fort

Cette action répond aux situations d'urgence.

◆ Difficultés, points de vigilance

Cette action ne devrait s'inscrire que dans une réflexion globale visant à résoudre sur le fond le problème de mobilité des personnes concernées et ne pas être une solution momentanée et par défaut.

La personne doit être titulaire du BSR s'il est requis en fonction de sa situation, ce qui peut être un vrai frein à cette solution.

La mise à disposition de véhicules ne résout que provisoirement la difficulté rencontrée par la personne qui bénéficie du service. Une fois la période de location terminée, la situation a pu ne pas évoluer (soit par réparation du véhicule dont la personne est propriétaire, soit par l'achat d'un véhicule) et une nouvelle location inenvisageable (en général à cause de la durée maximale de 3 mois).

L'entretien des parcs de véhicules est un poste de dépense coûteux pour les structures gérant cette ressource.

II-B.3

ATELIER DE RÉPARATION POUR DEUX ROUES

Les garages solidaires sont des associations et non des entreprises commerciales. Leur but est de permettre à des personnes n'ayant pas les moyens financiers de s'adresser à un garage classique d'accéder à des services de réparation et services annexes.

Pour bénéficier de coûts de main d'œuvre moins élevés, certains mécaniciens sont en parcours d'insertion, tout en restant sous le contrôle d'un professionnel.

Les garages solidaires peuvent également mettre à disposition des outils et un coin de l'atelier, à des tarifs réduits, pour les personnes qui souhaitent réaliser elles-mêmes les réparations, en bénéficiant du conseil d'un professionnel.

Ces services de réparation peuvent être destinés aux deux-roues, motorisés ou non, et être assurés par des garages solidaires qui s'occupent également de voitures.

◆ Points forts

Réparations moins onéreuses avec la possibilité de conseils à l'entretien et à l'achat.

Un service qui peut combiner différentes activités et permettre également un accès à la vente (remise en état, revente de véhicules sur base de donation), que des services de conseil pour l'achat.

◆ Difficultés, points de vigilance

Nécessite un budget et un équipement importants à l'investissement.

Les complets néophytes peinent à s'intégrer dans des temps trop courts (inférieurs à 1h30).

II-C.1.1

TRANSPORT MICRO-COLLECTIF

Ce service consiste à mettre en place du transport avec des véhicules et des chauffeurs appartenant à la structure qui porte l'action.

La demande est validée par la structure porteuse, en fonction du statut du demandeur (ce service n'est pas ouvert à tous), et après avoir vérifié que le trajet ne peut pas être effectué par d'autres moyens.

L'utilisateur paie un montant réduit pour chaque trajet.

La structure vérifie la possibilité de partager le véhicule entre plusieurs utilisateurs pour optimiser les coûts du service et augmenter le nombre de personnes transportées (également dans une logique de réduction des consommations et des impacts). Ce service n'est pas limité au retour à l'emploi, mais sert également à accéder aux services publics.

◆ Points forts

Répond à des situations d'urgence et permet aux personnes bénéficiaires de pouvoir accéder notamment à des besoins primaires, comme se déplacer tout simplement.

Permet de recréer du lien social pour des personnes pouvant être fortement isolées.

S'inscrit dans une démarche de développement durable (avantage économique, social et environnemental) en tentant d'optimiser le partage d'un véhicule, à coût réduit.

◆ Facteur clé de succès

La réussite du projet tient à la proximité des acteurs avec le terrain. Ainsi, le fait de pouvoir s'appuyer sur des bénévoles permet de tisser un lien avec les bénéficiaires, chose plus difficile dans du transport en commun classique.

◆ Difficultés, points de vigilance

Une étude du territoire (services publics en matière de transports) et des besoins préalables est indispensable. La réalisation de ce service est assez coûteuse, doit disposer d'une demande importante et d'une bonne communication auprès des référents emplois et sociaux des territoires.

Ces transports doivent être conçus en rabattant le plus possible sur les transports publics existants.

La gestion du nombre de personnes à transporter doit être rigoureuse, pour ne pas se retrouver en sous-capacité.

Certaines personnes ont besoin d'être accompagnées plus largement que le simple transport.

Cadre réglementaire du "transport privé de personnes" contraignant.

Sont des solutions transitoires et non pérennes.

Certaines AOM considèrent qu'il s'agit d'interventions marginales, et à destination d'un public très minoritaire. Elles peuvent montrer une certaine méfiance par rapport aux interventions du milieu associatif.

Le non-respect des horaires de rendez-vous par les utilisateurs (qui occasionne des retards).

Le manque de respect du règlement intérieur durant les trajets par certains utilisateurs.

Le bénévolat est potentiellement fragile.

Un juste équilibre est à trouver entre :

- > une partie "institutionnelle" nécessaire afin de mobiliser des fonds, être structure ressource, relayer la communication.
- > une partie associative beaucoup plus proche du terrain et comprenant donc plus facilement les besoins et pouvant faire preuve de souplesse pour répondre avec pertinence.

La gestion des plannings des conducteurs et l'organisation de transport collectif sont une difficulté majeure dans la mise en œuvre de cette offre de transport micro collectif.

EXEMPLE D'ACTEURS CONCERNÉS

Associations

TRANSPORT À LA DEMANDE

Le dispositif consiste à offrir à des publics spécifiques la possibilité de disposer de ticket de déplacement en taxis ou de transporteurs, dont le nombre varie en fonction de la situation de la personne. Le transport, peut s'effectuer de point à point prédéfini ou en porte à porte. Parmi ces points, on trouve des lieux d'accès à d'autres modes de transport (en particulier en commun).

La réservation se fait directement par les utilisateurs auprès des véhicules participant à l'opération, ou par le biais d'une centrale de réservation. Il est possible de rechercher les possibilités de covoiturage en fonction des demandes.

Les personnes concernées doivent s'inscrire préalablement et voir leur inscription validée en fonction des critères définis (avec délivrance d'un document prouvant leur droit d'accéder au service). Ils achètent ensuite des tickets à tarif très réduits qu'ils remettent aux prestataires (en général des taxis) chargés de réaliser la prestation de déplacement et qui signent préalablement une convention avec le porteur de l'action pour déterminer les conditions, y compris financières, du service.

◆ Points forts

Le service permet un accès de la population la plus fragilisée aux services publics ainsi qu'aux soins en favorisant l'insertion professionnelle et sociale.

Il est particulièrement bien adapté aux territoires ne bénéficiant pas ou peu de transports en commun réguliers.

Il permet de maintenir de l'emploi local (prestataires de transport).

Un suivi précis des trajets effectués permet l'accès à de nombreuses informations.

◆ Facteurs clés de réussite

Tout ce travail de connaissance fine du terrain et des publics prend beaucoup de temps en début de projet mais permet une adaptation constante et nécessaire à l'atteinte des objectifs.

Le succès du dispositif de TAD est lié à une grande souplesse de réservation et au nombre important des lieux de dépôt des usagers. Notamment, grâce à une adaptation continue du service avec des ajouts de destinations, la prise en compte de certaines situations particulières des usagers (horaire de prise en charge plus tôt...), l'examen de situations exceptionnelles. Le faible coût du trajet (2 €) permet aussi aux personnes de se déplacer plus souvent dans le mois dans la limite du nombre de trajets octroyés.

Une enquête permet de mesurer la satisfaction des usagers.

Pour une prestation de type TAD, la communication est très importante afin de toucher et aider un maximum de personnes isolées et sans aucun moyen de déplacement.

La performance du dispositif s'accroît notablement avec la connaissance du dispositif (communication via les Mairies en priorité).

◆ Difficultés, points de vigilance

Vérifier régulièrement que les attributaires ont toujours les droits d'accéder au service.

Ce service doit être limité en termes de bénéficiaires et de nombre de trajets afin d'éviter toute dérive. Il ne peut pas constituer un service quotidien pour ses utilisateurs.

Veiller à ce que toutes les pièces jointes au dossier soient à jour afin de respecter les critères du droit d'utilisation.

Vérifier au plus près les déplacements des usagers afin qu'un transporteur ne soit pas plus avantage qu'un autre.

La principale difficulté est la vérification des parcours effectués par les taxis.

Une autre difficulté rencontrée est de mettre dans la boucle de l'information les acteurs sociaux en contact régulier avec des personnes précaires, afin qu'ils puissent repérer les personnes qui peuvent bénéficier du TAD.

EXEMPLE D'ACTEURS CONCERNÉS

Transporteurs.

Passage obligé pour déposer un dossier par les secrétariats des mairies et les élus des CCAS qui connaissent bien les habitants de leurs communes. Les partenariats doivent être renforcés avec les acteurs sociaux pour s'assurer que chaque bénéficiaire potentiel a bien connaissance du service.

II-C.2.1

LOCATION DE VÉLOS

En fonction des besoins exprimés par la personne envoyée par un travailleur social ou une structure pour le retour à l'emploi, est mis à disposition de la personne, un VAE ou un vélo, pour une durée pouvant varier de quelques semaines à quelques mois.

Cette action peut se décliner en plusieurs sous actions :

- > achat de nouveaux vélos,
- > vélo-écoles,
- > campagnes de sensibilisation à la pratique du vélo.

La location se fait après validation de la demande par le travailleur social qui accompagne la personne, après avoir vérifié qu'il n'y avait pas d'autre solution envisageable. Les déplacements doivent être liés à des actions d'insertion professionnelle (formation, recherche d'emploi, reprise d'emploi)

Le montant est variable en fonction des structures, mais est de l'ordre de quelques euros €/jour.

Une caution (qui n'est pas encaissée) est fournie à la location et peut servir à couvrir les éventuels frais de réparation.

Les deux roues sont en général propriétés de la structure.

◆ Facteurs clés de réussite

Présentation de l'action aux prescripteurs.

Création d'une fiche d'orientation afin que les partenaires puissent orienter les personnes éligibles à la location.

Les prescripteurs constituent potentiellement de vrais relais de l'information auprès des bénéficiaires.

Création d'outils de communication variés (affiches et flyers).

Un questionnaire permet de faire remonter les besoins et attentes des usagers. Suite au questionnaire, une aide achat VAE peut être calibrée à hauteur des attentes de usagers ayant de faibles revenus (750 € pour un VAE et 1 000 € pour vélo cargo par exemple).

Les essais de vélo à assistance électrique (sur un temps court ou une journée lors de rallye vélo) permettent de faire connaître ce service et de tester ce mode de transport sur un trajet connu.

La mise en place d'une location de vélos en milieu rural permet de répondre aux attentes de la population (globale, hors insertion) de bénéficier de locations de vélo à assistance dans ce secteur.

Proposer en complément une location de vélo classique à tarif solidaire.

Proposer si nécessaire un accompagnement spécifique à la suite de la location.

Travailler en parallèle avec les gestionnaires de voirie.

Une très grande visibilité lorsqu'on dispose d'un service de location sur le territoire.

◆ Difficultés, points de vigilance

Les animations ont mis en évidence que ce type d'atelier nécessite une bonne adéquation de l'offre vélo en fonction du public cible.

Il est nécessaire de communiquer plus régulièrement sur l'action auprès des prescripteurs, les équipes variant au fil du temps.

Il est important de bien suivre les personnes qui effectuent cette location, pour savoir où elles en sont, quels bénéfices elles en tirent, et quels sont leurs besoins, notamment pour la suite.

Délais de livraison du matériel, stockage de la flotte de VAE dans des locaux adaptés.

Le manque d'aménagements cyclables sécurisés de manière globale et plus spécifiquement pour se rendre sur les parcs d'activités.

EXEMPLE D'ACTEURS CONCERNÉS

Communes

Prescripteurs sociaux

Les usagers, qu'ils soient habitants du territoire, touristes, curistes, étudiants, salariés ou retraités...

II-C.2.3

ATELIERS DE RÉPARATION DE VÉLOS

Ces ateliers peuvent être fixes ou mobiles. Ils offrent des conseils et prêtent du matériel, dans l'optique d'une autonomisation de l'entretien du vélo.

Les ateliers itinérants permettent d'amener au plus près des utilisateurs du matériel d'entretien et d'offrir à la population des explications mais également une aide, dans l'optique d'une autonomisation dans l'utilisation du vélo. L'intervention peut se faire devant les locaux d'une maison de quartier, d'une maison de l'emploi... Les habitants finissent par connaître le service et à s'y rendre spontanément lors des permanences.

Certains ateliers offrent à la vente d'occasion des vélos.

◆ Point fort

Permet d'autonomiser à terme les utilisateurs de vélo pour l'entretien de leur matériel.

◆ Faiblesse

Risque de ne pas arriver à autonomiser les utilisateurs, et donc de les fragiliser en cas d'arrêt de l'action.

II-D.1

ATELIERS DE RÉPARATION DE VÉLOS

En ce qui concerne les aides aux transports en commun, les aides financières sont différentes en fonction des réseaux. On peut donc trouver :

- > des tarifs liés à la situation de la personne (bénéficiaire d'aides sociales, insertion...),
- > des tarifs liés au quotient familial,
- > des tarifs liés à l'âge de la personne (en particulier plus de 65 ans).

En règle générale ces tarifs dits sociaux sont très sensiblement moins élevés que les tarifs d'abonnement normaux, mais ils varient en fonction de chaque réseau.

Pour le train (uniquement services offerts par la SNCF) une aide à la mobilité sous forme de bon de transport ou de tarif préférentiel est disponible auprès de Pôle Emploi à des conditions cumulatives :

- > situation au regard de l'emploi et revenu,
- > pour des activités particulières (recherche d'emploi, formation, entretien, reprise d'emploi pour une durée supérieure à 3 mois...),
- > pour des déplacements d'une longueur ou durée supérieure à un seuil (plus de 60 km ou 2 h AR),
- > pour des durées limitées (durée de la formation, 1 mois en cas de reprise d'emploi).

◆ Point fort

Permet l'accès aux transports en commun à des tarifs très faibles.

◆ Faiblesses

Demandent un renouvellement fréquent (tous les ans, tous les semestres, voire tous les mois en fonction des situations et des réseaux) pour continuer à pouvoir bénéficier de l'aide, avec nécessité de fournir des justificatifs chaque fois.

Sont des aides temporaires (pour le train).

PEnd-Aura+

PARTENAIRES DU PROGRAMME



FINANCEURS DU PROGRAMME



Le Stratège Péri
18 rue Gabriel Péri
69100 Villeurbanne
auvergnherhonealpes-ee.fr

